



Европа средњег века се по много чему разликовала од нововековне Европе. Од 8. до 14. века Европа је била феудална, одликовала ју је мрежа повезаних дужности и обавеза, као и системи владавине размрвљени у много малих аутономних делова. Политичка власт је била локалног карактера и створила је свет у коме су се преклапала права и моћи који су се међусобно сукобљавали. Од 9. до 19. века постојало је Свето Римско Царство уједињених хришћанских земаља, то јест међународно хришћанско друштво које је створено под патронатом Католичке цркве и представљало је покушај да се уситњени центри власти уједине и централизују. Простирало се од Немачке до Шпаније и од северне Француске до Италије. Међународно хришћанско друштво је било пре свега теократска творевина с Богом као централним извором ауторитета. Стварна световна власт је била ограничена са једне стране структурама власти феудалне Европе и, са друге стране, Католичком црквом. С индустријским револуцијама које су произвеле читав талас сложених друштвених промена, настаје све израженија потреба да се доведе у питање теократски карактер државе, и створи нови тип политичке заједнице у којој би била јасно одвојена црквена од световне власти. Нови век, век индустријских, политичких и културних револуција истовремено је и век конституисања нације. Међутим, паралелно с настанком модерних нација, крајем 17. и почетком 18. века јавља се идеја о светском друштву [1]. Док се, са једне стране, тек конституишу нације, институционално, политички и симболички уобличавају границе и успостављају националне диференцијације, са друге стране настаје идеја о превазилажењу националног облика социјално-политичке организације, тврдња о релативности и бесмислености граница које одвајају нације, идеја о универзалности људске природе.

Масовни медији су били један од кључних инструмената који је омогућио прелазак организације друштва до тада подељеног на локалне јединице, односно краљевине, кнежевине, војводства, вароши и градове, на виши национални ниво. Масовни медији, у то време пре свега штампани, учинили су могућом унификацију друштва унутар себе диференцираног на културно, језички, политички, обичајно и верски особене регионе. Настали као резултат индустријске и културне револуције, медији су постали средство помоћу којег је, први пут у историји човечанства, било могуће преношење истих информација масовној читалачкој публици. Стварање националне државе је детерминисало редукцију регионалних идентификација, сентимената, антагонизама, али је истовремено покренуло интензификацију и ерупцију националистичких осећаја, и довело до реафирмације средњовековних европских сукоба у новим облицима. Настанак европских појединачних нација је пропраћен између осталог националромантичарским покретом, Хердеровим учењем о Духу народа [2], колективним нарцизмом националних

јединица, измишљањем традиције, потенцирањем сопствене културне супериорности у односу на друге. Страх од нових сукоба између тек створених европских нација убрзао је конструкцију идеје о транснационалним унијама, светском друштву и универзалној култури. У Француској Сен Симон у делу

*Реорганизација европског друштва*

, које је написао 1818. године заједно с Огистом Тијеријем, предлаже уједињење европских народа и стварање заједничког европског права. Огист Конт у то време представља својим савременицима специфичну антиципацију будућности света по којој ће човечанство кроз следеће векове ићи ка све вишем степену унификације и изједначавања и то у областима науке, политике, економије, моралности и религијског веровања. У Немачкој Имануел Кант се у својим списима о међународним односима залаже за стварање конфедералне светске државе, демократске космополитске заједнице и космополитског права. Према Кантовом мишљењу, успостављање космополитске заједнице зависи од стварања савеза мира или уније, то јест уговора између све већег броја држава које су спремне на трајну забрану рата.

[3]

Кантова размишљања о могућностима настанка светског грађанског друштва послужила су Сједињеним Америчким Државама као инспирација за успостављање прво Лиге народа, а потом и Уједињених нација. С завршетком Другог светског рата, након трагичних последица нацистичке немачке политике, другог по реду, уистину глобалног рата, у смислу да је у њега био увучен највећи део човечанства, оснивањем Нирнбершког суда, затим оснивањем Међународног монетарног фонда, Светске банке и Светске трговинске организације, као и других бројних организација транснационалног типа, постепено се покреће процес све веће транснационализације свих друштвених процеса, друштвених активности, друштвених економских, политичких, информацијских, научних, културних трансакција. Док на нивоу глобалне политике почиње процес постепене транснационализације појединачних друштава и имплементирања вредности либералне демократије све већем броју друштава, уједначавања различитих друштава на нивоу универзалних политичких и културних вредности, у модерним западним државама, на њиховом унутрашњем плану, тече исти процес културне хомогенизације, односно уједначавања ставова, укуса, стилова, културних потреба, уз помоћ масовних медија и на њиховој основи створене масовне културе. Демографска револуција настала као резултат проширене демографске репродукције, затим индустријска револуција која је драстично подигла животни стандард унутар западних земаља, али и земаља с социјалистичким уређењем, урбанизација простора, створили су специфичну социјалнокултурну базу погодну за развој масовне културе. Настанак новог типа културе, доминантне у односу на традиционалну руралну културу, али и елитну културу високих друштвених слојева, био је повод за почетак расправе о улози масовне културе у обликовању и преношењу политичких идеологија, о односу масовне културе и демократије, о улози масовних медија у конструисању пожељних ставова код јавног мњења, производњи сагласности, институционализацији политичког отпора, утицају на вредносне системе и преовладавајуће вредносне индивидуалне и колективне оријентације. Масовна култура је нападнута од критичара с леве и с десне позиције. Док су левичари тврдили да масовни медији индустријском производњом културе доприносе стварању масовног ауторитарног друштва, политичког конформизма и ескампизма,

претварању публике у конзументе медијских производа и објекте политичке манипулације, критичари с десног политичког спектра су утемељили своју критику масовне културе на тврдњи да она води узурпацији конзервативних културних вредности, традиције, уништавању комуналних веза и породице као основне друштвене јединице, разградњи и подривању морала, опадању религијског ауторитета итд.

Упркос ударима теоријске критике, захваљујући својој технолошкој природи, тржишној логици свог функционисања и интегралној повезаности с економским системом капитализма, масовни медији су се након Другог светског рата све интензивније развијали, технолошки усавршавали, бивали у све већем степену политички инструментализовани, све више су доприносили експанзији масовне културе и културе уопште. Управо захваљујући масовним медијима култура је ушла у све поре друштва. Култура је постала област која прожима све друштвене активности и процесе, од оних који спадају у домен свакодневног живота па све до оних који се налазе у области државне политике. Пошто је култура постала експанзивна, борба за контролу над културом, културним установама, симболима, значењима, технологијом њихове производње и системима њиховог распрострањања постаје током друге половине 20. века интегрални део свакодневне политичке и идеолошке борбе.

Након постмодерног заокрета [4] који је хронолошки коинцидирало са променом парадигме на чијој основи је изграђена послератна економска и културна политика, затим доминантна политичка идеологија либералне демократије, утицај финансијске и политичке моћи на масовне медије постаје евидентнији и све већи. Крајем седамдесетих и почетком осамдесетих година 20. века масовни медији постају комерцијалнији, усмеренији на рекламну индустрију, зараду, профит итд. Основне функције медија су и даље информативна, забавна и едукативна, но долази до модификације у начинима на које се ове функције остварују. Осим три фундаменталне и манифестне функције, масовни медији постају све више посвећени репрезентацији стварности, производњи значења, инфилтрацији у поредак симбола, концептуализацији стварности. Тек успостављена неолиберална парадигма је добила своју рефлексiju не само у економији и међународним односима, него и у области културне, просветне и научне, па и медијске политике. Током осамдесетих година 20. века на једној страни света је почео процес руинарања и имплозије социјализма као социјално-политичког концепта, на другој, односно западној страни света, одвијала се темељна промена парадигме, односно напуштање социјалног типа капитализма и успостављање неолибералног модела економског функционисања. Успон транснационалног капитала, затим све већи број транснационалних компанија, криза суверенитета модерних држава настала под утицајем транснационалних, али и субнационалних инстанци, слабост и непостојање јасно артикулисане леве политичке оријентације детерминисали су, у промењеном паралелограму политичких сила, потпуну доминацију неолибералне идеологије. У масовним медијима се то одразило на очекиван начин. Они су стали на страну поретка и хегемоне културе.

У сваком друштву масовни медији преносе вредности које су инкорпориране у ону идеологију која је доминантна. Уколико постоји блок отпора доминантним центрима моћи и њима својственим вредностима, медијски систем учествује у медијацији евентуалне конфронтације, али с унапред изграђеним системским механизмом помоћу којег институционализује отпор, затим модификује његово значење, и на крају анулира његове политичке, социјалне и културне ефекте. Неолиберална идеологија је природно, с обзиром на то да се у њеној суштини налазе вредности новца, успеха, прогреса, довела до потискивања вредности чији значај наглашава конзервативизам; патриотизам, заједница, моралност, веровање, затим вредности социјалистичке оријентације; једнакост, хуманост, солидарност, и на крају основних, базичних антрополошке вредности; љубав, пријатељство, саосећање, итд. Антрополошко схватање људске природе које се налази унутар неолибералног погледа на свет [5] надовезује се на социјалдарвинистичко учење о животу као борби за опстанак, затим на макијавелизам, и на крају на либерално учење о интересима као фундаменталној окосници људске природе. Посебно значајан феномен током осамдесетих година, кад је реч о западним медијима или о америчкој и европској културној индустрији, јесте све уочљивија редукција едукативне и информативне функције, све већа оријентација на забаву и све већа присутност насиља.

[6]

Запостављање едукативне и информативне улоге медија се углавном објашњава истицањем да је то природан резултат комерцијализације медија и њихове оријентације на постојеће потребе публике, док је присутност насиља у музичкој и филмској индустрији брањена аргументима теорије о алтернативном поткултурном бунтовништву или аргументима научно недовољно утемељене теорије о катарзи. И један (редукција едукативне и информативне функције) и други феномен (предоминација насиља) јесу били дуго предмет расправе, негативне критике или апологије међу медиолозима, социолозима, социолозима културе и антрополозима.

Вредносни преокрет осамдесетих година, политички, економски и културолошки детерминисан, произвођен и посредован масовним медијима, представљао је интродукцију у последњу деценију 20. века када на светском плану нестаје главна држава носилац социјалистичког уређења СССР, кад се урушава војнобезбедносни савез Варшавски пакт, кад државе бившег трећег света падају на још нижи ниво друштвене развијености, итд. Чувена крилатица идеолога неолиберализма „Неолиберализам нема алтернативу“ [7] је већем делу академске заједнице, било САД, западне или источне Европе, изгледала утемељена у стварности и теоријски недискутабилна. Скоро сви електронски или штампани медији, затим музичка или филмска индустрија, својим производима, садржајима, на један или други начин, постају ослоњци и инструменти неолибералне парадигме у свим њеним варијететима. Док на економском и политичком плану током деведестих година 20. века имамо тријумф капитализма и либералне демократије, на културном плану се дешавају делимично супротни процеси. [8] Интересантно је да се у

овом феномену дивергенције одвија вредносна колизија, односно сукоб између вредности либералне демократије као што је то, пре свега, слобода која се може сматрати универзалном позитивном вредношћу са једне стране, и негативних чак антивредности које промовишу током деведестих година културна индустрија и масовни медији с друге стране. Масовни медији током последње деценије 20. века недвосмислено стоје иза терора старости и ружноће, етичке конфузије и естетске асиметрије, какофоније и несврхисходне дисонанце, баналне флукуације и неодређености, конституционалне деформације као неаутентичне рефлексije партикуларних делова система или артифицијелне субверзије, значењски промашених перформанси, итд.

Функција овог контракултурног деловања масовних медија је, између осталог, контрола над најмлађим деловима популације неког друштва. Пошто неолиберални капитализам не може у социјални систем да укључи најмлађу генерацију јер се финансијски капитал усмерава транснационалним компанијама или ка корумпираним националним и транснационалним елитама [9], плашећи се побуна, пре свега социјалних, систем преусмерава интелектуалну и стваралачку енергију омладинских поткултура, индустријским обликовањем њихових стилова, у просторе културе унутар којих ће њихов индивидуални или заједнички идентитет бити разграђен и растворен на међусобно неповезане, дисонантне, асиметричне и значењски инкомпатибилне, социјално дисфункционалне елементе. Младост је позиционирана у онај део друштвене стварности у којем остаје немоћна да се супротстави социјалној или политичкој репресији система. Као што пренаглашени активизам невладиних организација на пољу заштите права може сакривати реалну постојећу политику политичке и социјалне дискриминације коју спроводе официјелне државне институције, тако и пренаглашено присуство младости и лепоте у масовним медијима сакрива институционално подржану супремацију ружноће, деформације и антрополошког песимизма који из њих логично проистичу. Функција манифестног али артифицијелног „терора“ је да учини невидљивим латентни али аутентични „терор“ који постоји и развија се унутар доминантних друштвених институција, као и да омогући његову несметану репродукцију.

Током деведесетих, између осталог, и уз помоћ масовних медија, младост је под ударима нарко-тероризма, тероризма естетике ружноће уткане у доминантне токове музичке и филмске индустрије, „тероризма“ антивредности и антистила, идеолошког „тероризма“, па чак и „тероризма“ културних студија које су омладину дефинисале као генерацијског творца и носиоца симболичке репресије како би се превентивно регулисало и монополисало њено евентуално бунтовништво. Културне студије, иако настале на левој парадигми, ефикасно манипулишу омладинским бунтовништом и отпором, усмеравајући га ка такозваним микростратегијама отпора или герилском ратовању против система, управо због дисфункционалности ових стратегија приликом супротстављања десном неолиберализму. Као што су сви делови капиталистичког система функционално позиционирани у десни диксурс, таква ствар је и са културним студијама које су, не

могавши да коригују систем, с протоком времена постале латентни, индиректни и на најапстрактнијем концептуалном нивоу апологета десног неолиберализма. „Критику“ капитализма коју налазимо у културним студијама треба схватити условно. Она је више у функцији производње блока отпора капитализму (у ширем смислу Западу) да би га као таквог позиционирала у контекст објекта над којима систем интервенише. Културне студије, поред осталих делова система, учествују у непрекидном процесу претварања субјекта деловања у објекте системске интервенције. То чине и са најмлађом генерацијском категоријом у друштву. Најрадикалније непријатељство неолибералног, добрим делом, глобализованог капиталистичког система према омладини као генерацијској категорији долази до изражаја у производњи, неговању и медијској репрезентацији ултрадесничарских омладинских поткултура помоћу којих, кроз поређење с њима, сам систем и његове доминантне отуђене поткултуре моћи, у одређеном и ограниченом временском периоду и простору, враћају своју „нормалност“, „људски лик“ и легитимитет, то јест све оно што је доведено у питање и нарушено неолибералном економском и политичком праксом. [\[10\]](#)

Глобални центри моћи су током последње деценије 20. века остали без конкурената у политичкој, идејној, културној, финансијској, вредносној арени у којој се одвија борба за моћ и супремацију. На глобалном плану нестало је социјално-политички концепт социјализма који је био радикална алтернатива капитализму било социјалном или неолибералном, на војном – нестало је Варшавски пакт, на културном – дезавуисане су вредности конзервативизма и социјализма, на естетском – победу је однела естетика ружноће, на моралном – макијавелизам је победио хуманизам, на антрополошком – песимизам је однео превагу над антрополошким оптимизмом, на генерацијском – бунтовништво и интелектуална енергија омладинских поткултура су институционализовани и уништени симболичком офанзивом антивредности, уз помоћ музичке и филмске индустрије, али и официјелних образовних и културних установа.

Оставши без конкуренције и отпора, идеологија глобализма током деведесетих година долази до највишег степена свог отеловљења с још увек неокрњеним легитимитетом. Сами масовни медији крајем 20. века представљају део општег процеса експанзије и ширења глобалних корпоративних система. Процес све интензивнијег глобализовања медијског система коинцидирао је са свеобухватнијим променама на глобалном економском, политичком и културном плану. На врхунцу свог развоја глобални медији скоро у целости функционишу у складу са кључним начелима корпоративне идеологије. Кад је реч о корпоративној идеологији, њени суштински елементи су теза да тржиште врши ефикасну алокацију ресурса и обезбеђује начине за организовање економског живота, да је најбоља она влада која најмање влада, да је прави циљ економије неинфланторан економски раст и на крају уверење о пожељности потпуне приватизације. С обзиром на то да су глобални медији нераскидиво повезани с транснационалним капиталом и корпоративним капитализмом и свим његовим пратећим инхеренцијама, технолошким и идеолошким суплементима, природно је да их је њихов

развој довео до све веће комерцијализације.

Екстремна комерцијализација медија, концентрација медијских кућа у групу од неколико светских медијских конгломерата водила је слабљењу конкурентске позиције државно субвенционисаних медијских система. Јавни емитери су почетком деведесетих година услед јаке конкуренције приватних медијских кућа почели све више да губе публику и да долазе у безизлазну и незавидну ситуацију у којој морају да се одлуче, или за комерцијализацију која ће им донети економски опстанак али која ће их удаљити од њихове примарне функције јавног сервиса, или за отпор комерцијализацији и на тај начин себе осуде на економску пропаст. Почетком деведесетих година 20. века дошло је до невиђеног таласа спајања глобалних медијских конгломерата. У првој лиги се нашло око десетак вертикално интегрисаних медијских кућа. Шест фирми се уклапа у тај опис, а то су: News Corporation, Time Warner, Disney, Bertelsmann, Viacom, TCI. Ове фирме су главни продуценти забавних садржаја, медијских програма, и поседују глобалне дистрибутивне мреже. Бележе просечну годишњу продају од десет до двадесет пет милијарди долара годишње. Иако се News Corporation рангира на петом месту са приближно десет милијарди долара продаје у 1996. години, она представља први модел глобалне медијске фирме за 21. век и најбољи је пример за разумевање функционисања глобалних медија. Најзначајнији послови у медијима које News Corporation поседује укључују:

1. Око 132 листа углавном у Великој Британији и САД, што је чини једном од три највеће новинске агенције на свету;
2. Twentieth Century Fox, главни центар за продукцију филмова телевизијских и видео-програма, са архивом од преко две хиљаде филмова за приказивање;
3. Fox Broadcasting network;
4. Двадесет две телевизијске станице у САД, што је највећа групација станица у САД која покрива око 40 одсто домаћинства;
5. Двадесет пет часописа међу којима је најпознатији TV Guide;

6. Акције у издаваштву, укључујући Harper Collins;

7. 50 одсто интереса у неколико америчких и глобалних кабловских мрежа, укључујући FY, FYM, Fox Sport Net;

8. канал Fox News;

9. Asian Star Television, сателитски сервис и телевизијске канале

10. Контролни пакет 40 одсто у BskayB;

11. 50 одсто учешћа у немачком Vox каналу;

12. 30 одсто учешћа у Sky Television САД и дигитални сателитски пословни подухват са Echostar Concern;

13. 50 одсто учешћа у Japan Skay Broadcasting;

14. аустралијски Foxtel кабловски канал;

15. 50 одсто учешћа у аустралијском Seven Networks;

16. Дигитални сателитски сервис Indian Sky Broadcasting;



17. 50 одсто учешћа и индијској Zee TV;

18. станицу El Canal Fox на шпанском језику у Латинској Америци;

19. Sky Radio у Великој Британији;

20. итд. [\[11\]](#)

Кључна обележја глобалних медија крајем 20. века су следећа: наклоњеност транснационалном капиталу, корпоративном капитализму и неолибералној идеологији, непријатељски однос према социјалдемократима, радничкој класи и националистима, подривање локалних култура, замена јавне сфере разонодом, подржавање материјалистичке вредносне оријентације, све већа оријентација на продукцију медијских садржаја који промовишу насиље, неморал, социјалну патологију. И на крају једна од кључних карактеристика масовних медија уопште током последњих деценија 20. века је њихово активно учешће у такозваној репрезентацији стварности. На равни суперсимулације и хиперреалности, налазе се низови произведених и интерактивно, у фунционалним системима, повезаних појава, представа, емоција, контролора егзистенције, означилаца, нумеричких кодова, визуелних и аудитивних симбола. Овај део стварности медија, али и друштва јесте носилац акутно психотичне псеудомоћи, која је псеудо јер је и сама субординирана и подређена интервенцијама других, но свакако моћи у односу на искључене из система са једне стране, или потенцијалне носиоце аутентичне критике са друге стране. У овом контексту, стварне конфронтације, идејне или вредносне колизије, јесу супституисане артифицијелним конфронтацијама и колизијама. Медијски систем, па и онај глобални, чак и кад је диференциран у складу са силама доминације и силама отпора, дозвољава пролаз кроз своје такозване филтере само субјектима који, манифестно или латентно, односно на скривеном и за шире масе непознатом и сазнајно недостижном метаконцептуалном и метаполитичком нивоу, подржавају логику његовог деловања, правила презентације и репрезентације, комуникације, итд. Уколико се друштвени, односно, медијски систем као његов интегрални део, суочи са стварно конфронтирајућим друштвеним субјектом који штрчи изван логике деловања система, то јест пресеца системске границе „дозвољеног“, он посеже за стратегијом узурпације монопола над технологијом производње значења, субјекта редedefинише и „дезаувише“, односно, смешта у „друштвено проблематичну стварност“. Степен узурпације монопола над технологијом производње значења и системом њиховог распрострањања зависи од степена ауторитарности друштвеног, односно политичког система, од врсте конфликта

који унутар друштва постоји између блока моћи и блока немоћи, од свеукупне социјалне констелације, итд. „Напад“ медијског система на неку друштвену групу, појединца, догађај или симбол може бити у функцији, систему потребног, инверзивног обрта, односно претварања појаве, догађаја, појединца, групе у њихову апсолутну супротност или у функцији померања њиховог идентитета изван објективних референцијалних оквира. Интерполација контроле из стварности у апстрактни свет произведених идеја, представа, нумеричких кодова, значења компатибилна је померањима у глобалној политичкој моћи или померањима у односима моћи унутар једног појединачног друштва. Раслојавање света и неравнотежа снага на глобалном политичком плану крајем 20. века и почетком 21. века, њена концентрација на западној страни света, и са друге стране унутрашње социјално раслојавање и диференцирање западних постиндустријских друштава на линији елита–маса, рефлектовало се у начину функционисања медијских система између осталог у облику њихове претеране оријентације на контролу стварности. Да би се произведено значење, инкорпорирано у медијску поруку, ефикасније проследило масовној публици као стварносно утемељено, оно се легитимише и етаблира посредством његовог довођења у везу с етичким и епистемолошким категоријама: добро, зло, истина, лаж. И као што медијско произвођење значења може условити инверзивни обрт стварности и не-стварности, такав обрт се дешава и са категоријама добра и зла, истине и лажи. Савршена дискрепанција и инверзија се дешава само у случају екстремне или тоталне експанзије система, или, обрнуто, у случају његове екстремне угрожености од потенцијалне корекције коју заговарају носиоци „алтернативних“ идеја, социјално-политичких концепата и вредности.

Масовни медији и културна индустрија у чијим се садржајима препознају и налазе вредности неолиберализма превентивно се боре против аутокорекције или против алтернативних вредности конзервативизма, социјализма или хуманизма, бомбардовањем масовне публике сликама насиља, деструкције, опкољавањем „конзумента“ производа културне индустрије с вулгарностима, глупостима, тривијалностима, кичом, шундом итд. Интересантно је да овакво деловање глобалних медијских система проистекло из логике капитализма производи уверење да је ултрареакционарно учење о животу као борби за опстанак којом управљају правила социјалдарвинизма безалтернативно. Оно, такође, у крајњој линији, оснажује филозофију песимизма и нихилизма. Матапорука коју масовни медији преносе публици је да она у борби против деформације система који је етички, естетски или епистемолошки угрожава и опструира „нема никаквог изгледа“. У овој тривијалној, инфантилно кукавичкој и антиантрополошкој метапоруци се манифестује антицивизацијска, тоталитарна црта културне индустрије, односно њена интенција да тотално контролише егзистенцију. Тумачећи је с позиција здравог разума, елементарне образованости, култивисаности и цивилизованости, у њој се разазнаје досадан, празан, и на дужи историјски рок губитнички нихилизам.

Неолиберализам у економији, култури, политици је током претходних деценија

критикован с позиција слабе и недовољно артикулисане левице, анархизма, друштвено деструктивне ултрадеснице, конзервативизма или социјалдемократије. Управо захваљујући интервенцијама медија у стварност, немогуће је јасно дефинисати конфигурацију политичких „сила“ и идентитет политичких актера на политичкој сцени унутар Европске уније, САД и осталим деловима света. Независно од тога, са сигурношћу се може констатовати да је неолиберална парадигма, која је била у основи економског и политичког функционисања већине савремених друштава, озбиљно дестабилизована под утицајем промењеног стања на глобалном политичком плану, светске економске кризе из 2007. године, акумулисаног социјалног незадовољства у земљама чланицама ЕУ, у САД, и политичког незадовољства немоћних држава, маргиналних и периферних народа и култура. Уочљива је трансформација реторике политичких моћника, политички и верски релевантних институција као што су Стејт департмент, Организација Уједињених нација, Ватикан, затим вредносна реконцептуализација и на крају покушај да се бар делимично коригује, до сада, преовладавајући поглед на свет. Све то указује на релативни пораз глобализма онаквог каквог смо га до сада искусили као индивидуе или као колективи. Негативна обележја глобализма која су између осталог дошла до изражаја и у начинима на које су функционисали глобални медији су нам показали како изгледа систем кад полуди од превелике моћи. Он креће у порицање Другог, поништавање права на идентитет Других, у производњу страха, у танатос, антикултуру, вулгарност, деструкцију. Заокрет у америчкој унутрашњој и спољној политици [\[12\]](#), условљен унутрашњом економском кризом и промењеном сценом на глобалном економском, војном и политичком плану, детерминисаће релативну дефанзиву политике десуверенизације која је глобално наметана, посебно немоћним државама, затим активније учешће на светском економском, политичком и културном плану држава као што су Русија, Индија, Кина, Бразил, и евентуално ревидирање глобалне политичке парадигме. Посредована глобалним медијима и културном индустријом, супремација принципа деформације, искривљености и асиметрије, естетике ружноће, нихилизма, и вулгарности, настала као резултат поремећене социјалне и политичке равнотеже на глобалном плану и унутар појединачних друштава, могла би бити доведена у питање под утицајем преобликовања друштвених односа. То неће водити нестанку глобалне културе нити деамериканизацији исте. Глобална култура, као пре свега популарна, остаће и даље добрим делом обликована под утицајима америчке и британске популарне културе. Разлог томе није само амерички монопол над финансијским капиталом. Чињеница је да је америчка популарна култура за већи део света атрактивна, и да је та атрактивност резултат и одраз динамичности америчког (и британског) друштва и културе, развијеног индивидуалног професионализма и индивидуалне посвећености, високог степена друштвене оргнизованости итд.

---

Литература:

1. Антонић, Слободан (2006); „Криза демократије и транснационалне елите“, *Филозофеме*, Српски филозофски форум, Нови Сад.
2. Видојевић, Зоран (2005); *Куда води глобализација*, Филип Вишњић, Београд.
3. Валерштајн, Имануел (2005); *После либерализма*, Службени гласник, Београд.
4. Коковић, Драган (1997); *Пукотине културе*, Просвета, Београд.
5. Коковић, Драган (1996); *Социологија религије и образовања*, Учитељски факултет, Сомбор.
6. Куљић, Тодор; „Прилагођени антифашизам“, 12. мај 2009, *Политика*, Београд.
7. Лојд, Џон (2008); *Шта медији раде нашој политици*, Самиздат Б92, Београд.
8. Марковић, Михајло (2007); „Глобализација и глобализам“, *Филозофеме*, Српски филозофски форум, Нови Сад.
9. Медведев, Дмитрије; манускрипт излагања у Скупштини Републике Србије 20. октобра 2009. године у Београду.
10. Мекчесни, Роберт и Херман, Едвард (2004); *Глобални медији*, Клио, Београд.
11. Неш, Кејт (2006); *Савремена политичка социологија–глобализација, политика, моћ*,

Службени гласник, Београд.

12. Тојнби, Поли (2003); „Ко се боји западне културе“, Ентони Гиденс и Вил Хантон; *На ивици*

–

*живети с глобалним капитализмом*  
, Плато, Београд.

13. Хелд, Дејвид (1997); *Демократија и глобални поредак*, Филип Вишњић, Београд.

14. Штрбац, Лорна (2009); „Светско друштво и његова филозофска парадигма“, *Теме* бр. 3, Ниш.

15. Штрбац, Лорна (2008); „Култура као аспект спољне политике Србије“, зборник *Елементи стратегије спољне политике Србије*  
, Институт за међународну политику и привреду, Београд.

---

[1] Видети: Лорна Штрбац; *Светско друштво и његова филозофска парадигма*, у часопису *Теме* бр.3, Ниш 2009.

[2] Монтекије 1784. године, тридесет година након што је написао *Персијска писма*, објављује дело *О духу закона* у којем за свој предмет проучавања има разноврсност закона свих земаља и народа. Монтекије сматра да физички и морални узроци образују општи дух народа који се одликује пре свега својом кохерентношћу. Монтекије је оставио утицај на Хердера који је такође сматрао да сваки народ поседује један аутентичан и јединствен дух који настаје под утицајем читавог низа детерминистичких чинилаца; климе, географије, историје, облика владавине итд.

[3] Видети: Дејвид Хелд; *Демократија и глобални поредак*, Филип Вишњић, Београд 1997.

[4] Видети: Кејт Неш, „Савремена политичка социологија-глобализација, политика, моћ“, *Службени гласник*, Београд 2006.

[5] Видети: Михајло Марковић, „Глобализација и глобализам“, у часопису *Филозофеме*, Српски филозофски форум, Нови Сад 2006.

[6] О насиљу у масовним медијима и савременој култури видети: Драган Коковић, *Пукотине културе*, Просвета, Београд 1997. и од истог аутора, *Социологија религије и образовања*, Учитељски факултет, Сомбор 1996.

[7] Видети: Имануел Валерштајн, *После либерализма*, Службени гласник, Београд 2005.

[8] Иако масовни медији, медијска и уопште масовна култура добрим делом подржавају доминантне вредносне струје, политичку идеологију, са друге стране масовна култура током последњих деценија све интензивније промовише вредности са политокултуролошког аспекта инкомпатибилне либералној демократији.

[9] О транснационалним елитама видети: Слободан Антонић, „Криза демократије и транснационалне елите“, зборник *Филозофеме* бр.3, Српски филозофски форум, Нови Сад 2006.

[10] О односу савременог капитализма и деснице видети: Тодор Куљић, „Прилагођени антифашизам“, 12. мај 2009, *Политика*, Београд.

[\[11\]](#) Роберт Мекчесни и Едвард Херман, *Глобални медији*, Клио, Београд 2004.

[\[12\]](#) Манускрипт излагања председника Руске Федерације Дмитрија Медведева у Скупштини Републике Србије 20. октобра 2009. године.