



Неколико мојих пријатеља и пријатељица више готово да не гледа телевизију. Медији који их повезују са светом су књиге и интернет. Ако телевизор понекад и укључе, онда је то зато да погледају директан пренос неке утакмице. А и то се дешава све ређе. У осталим случајевима телевизор је искључен, као да се ради о неком експонату из прошлих времена. Донедавно је овакав однос према телевизији био незамислив, а у Србији, која представља светску велесилу у гледању телевизије, [\[1\]](#) овакав став према ТВ пријемнику је готово бласфемичан. Ма како то звучало невероватно, телевизија је медиј који је у кризи: први пут од њеног настанка, сада се сасвим лепо може живети и без ње. Текст који следи показује да је добро што је тако.

Свако ко је полагао испит из лингвистике, зна да је једна од лепих лингвистичких тема и она која говори о односу језика и друштва. Разумљиво је да промене у друштву остављају трага и на језик којим то друштво говори; још интересантнија је, међутим, она теза по којој језик обликује, до извесне мере, друштво које се тим језиком служи. Сличну моћ има и телевизија, као врста медија, без обзира на то о којој је станици реч. Иако је номинално телевизија спој слике и тона, није без симболичке важности чињеница да се приликом промене канала слика појави пре тона. Телевизија пре свега визуализује свет. Она га претвара у низ слика, низ блескова између којих не постоји никакав континуитет. Гледаоци специјализованих информативних канала који емитује само вести из сата у сат присуствују бујици информација које долазе из најразличитијих сфера људског деловања. И овде је, али само на први поглед, могуће приметити оно што је Петер Слотердајк приметио за штампу у својој *Критици циничног ума*: да између различитих вести стоји везник “и” који укида њихову хијерархију важности и ствара осећање равнодушности према свакој од њих. Нови албум популарне групе, 400 мртвих у неком пожару, пораст или пад цене нафте, нови велики фудбалски трансфер, секс скандал, све то угурано у исто корито вести, постаје подједнако важно. Али није у питању само равнодушност: када се једна вест нађе између две вести које са њом немају никакве везе, она се тиме чупа из ланца каузалности. Ствара се осећај да се тај догађај догодио, тако рећи, сам од себе. Ништа га није узроковало, нити има било какву последицу. Слично се дешава и са серијама које се на забавним каналима емитују једна иза друге. Одмах по завршетку једне, почиње друга која нема никакве везе са првом. Изгледа као да се свест гледаоца ресетује и да све креће из почетка.

Телевизијски програм подсећа на низ блескова између којих не постоји никакав континуитет. То ми је постало јасно након једног експеримента који сам начинио још пре две деценије: једне вечери сам непрекидно даљинским управљачем окретао канале, не задржавајући се ни на једном дуже од две секунде. Повремено сам морао да одморим прст, па сам тада на каналима проводио мало више времена, али не више од два-три

минута. Тако сам утрошио три сата и ни у једном тренутку нисам имао утисак да се досађујем. Напротив. Међутим, да је неко од мене затражио да испричам шта сам та три сата радио, мој одговор би стао у једну једину реченицу: “Гледао сам ТВ.” Та реченица не може да се прошири, јер после гледања телевизије у глави гледатеља/тељке остају само крхотине, фрагменти, блескови, које је немогуће претворити у причу.

То је кључна последица визуелизације: свет се разбија у низ неповезаних фрагмената и више не може да буде представљен као прича, тачније као низ догађаја између којих постоји узрочно-последична веза, у које су уплетени актери у чијем је деловању опет могуће препознати одређену мотивацију. Најсликовитији пример укидања гласа у корист слике је “naked news”: обнажена водитељка која вас тобож упознаје са најважнијим светским “вестима”. [2] Током ове емисије време се замрзава: не постоји прошло, ни будуће, већ само заводљива садашњица симболизована у нагом женском телу.

Уколико свет перцепирамо као причу, то онда значи да садашњост доводимо у везу са прошлошћу, и што је још важније, са будућношћу; догађаји тако престају да буду блескови и постају елементи различитих прича од којих су неке неважне, јер немају будућност (рецимо, актуелни циклус неког “ријалити програма”), а неке пак стичу важност, јер наслућујемо или претпостављамо какве последице тај догађај може да има у будућности. Прича, дакле, претпоставља да један догађај треба схватити – што значи открити његов узрок и утврдити његове последице – односно да га треба разумети – што значи открити какав смисао тај догађај има за нас, на који начин нас дотиче. Управо тај смисао догађаја утврђује његову важност или неважност. Негирајући причу, телевизија негира могућност заједнице да успостави однос између садашњости, прошлости и будућности који је неопходан за њено трајање. Тиме гледаоце осуђује на живот у вечној садашњости, односно на животарење. Слика тог животарења је ТВ пријемник који је укључен и онда када га нико не гледа. Тада ТВ пријемник највише подсећа на шарена врата са којих животиња не може да скрене поглед ни онда када не гледа директно у њих. Када се то деси, онда је човек коме припада тај ТВ пријемник спреман за дресуру.

Можда је телевизија заиста прозор у свет, али веома прљав прозор. Телевизијске станице су повезане са мултинационалним корпорацијама било да су у њиховом власништву, било да су зависне од маркетиншких фондова корпорација. У оба случаја, оне су агенси конструисања и ширења једне слике света, иза које стоји идеологија глобалног корпоративног капитала. [3] Телевизија је, дакле, политички субјект, у шмитовском значењу те речи, јер има могућност да одреди непријатеља, и то независно од државе у којој емитује програм, а то значи независно и од гледалаца који тај програм троше.

Будући да телевизија представља и даље најраширенији медиј који у највећој мери обликује слику света својих потрошача, она представља постмодерни ехо народне, односно усмене књижевности. Заправо, она је њена карикатура. Док је у случају усмене књижевности колектив био истовремено и произвођач и корисник усмене књижевност, у случају слике света коју конструише телевизија колектив се претвара у неартикулисану масу пасивних корисника, који партиципирају у конструкцији слике света само као њени потрошачи: зато то и није њихова слика света. Док је усмена књижевност била збирка прича, ТВ програм је збир блескова од којих се неки понављају чешће, а неки ређе: тако ови први добијају на вредности, и зато човек који се пет пута појави на телевизији неминово постаје “ауторитет” и “експерт”, па макар по образовању био и полуписмени студент са два положена испита на првој години “нечега”. Док је слика света коју је формирала усмена књижевност артикулисала политички став једног колектива, слика света који колективу намеће телевизија ништи тај политички став, јер настаје изван тог колектива. Све ово разуме се, не значи да треба да се вратимо у доба асиметричног десетерца и епских јуначких песама: оно што треба учинимо јесте да одаберемо медије који допуштају да корисник садржаја буде и његов произвођач, а такви медији, бар у хипотетичком смислу, јесу књижевност и интернет. Уколико се зависност од телевизије као медија настави, довршиће се и процес који се тренутно одвија у Србији: грађани и грађанке више нису део државе, већ постају власништво мреже корпорација које им се обраћају преко телевизијских канала, док упорну деградацију патриотизма (без којег је немогуће замислити било коју успешну државу, па и оне које просечном грађанину Србије служе као идеал) прати охрабривање лојалности корпорацији и њеним промотерима, који се учестало појављују на ТВ екранима, понављајући исте речи. Истовремено, код конвертита који патриотизам замењују лојалношћу корпорацији, јављају се аутошовинистичке црте, јер да би се избрисало горко осећање издаје, мора се убити оно што се издало. Тако је данас у Србији на делу оно што су поједини теоретичари назвали корпоративним популизмом [4]: грађани и грађанке прихватају корпоративну идеологију која све жртвује профиту, иако од те идеологије немају никакве користи. У тој конверзији из грађана у потрошаче: идеју државе, а самим тим и идеју добре владавине.

Идеји добре владавине нужна је идеја држава, јер само она може да обезбеди праведну, дакле, оптималну поделу ресурса којима се располаже. Једино у оквиру државе може се остварити брига за грађанина која произилази, у идеалном случају, из равномерног односа права и обавеза између грађанина и државе, а чији легитимитет проистиче из дубинског осећања грађанина или грађанке да држава није ни нешто страном, ни нешто што га или је ограничава, већ нешто што грађанину или грађанки симболички припада и што изграђује. Са друге стране, корпорација према својим “грађанима” нема никакве обавезе, нити на било који начин брине за њих, јер она и не познаје идеју грађанина: то значи да не познаје идеју јавног добра (осим у маркетиншке сврхе) ни грађанске приватности (сетите се телефонских позива које примате у којима вам нуде кредите), па ни људских права – она суштински познаје само категорије

потрошача и робе, често у једној те истој особи. Отуда када се на телевизији, као експоненту корпоративне слике света и корпоративне политике, појави обичан човек, он је најчешће уплашени муцавац са улице који има на располагању две секунде да одговори на неко небитно питање. На јавним аудицијама за музичке *ријалити програме*, затичемо те обичне људе у форми сировина које не могу да се обраде, па се зато одбацују након што се из њих исцеди кап-две бруталне забаве: чланови жирија их немилосрдно вређају, што публику са ове стране екрана непрекидно забавља. Они који на тим аудицијама пролазе сведоче да у телевизијским изборима има нечега из селективне праксе Хитлерове Немачке: пожељни су само здрави, млади, високи, лепо развијени и обликовани. Остали завршавају у смећу, претходно лишени сваког достојанства, попут радника који и поред доброг пословања фабрике у којој раде, услед тзв. “реструктурирања”, остају без посла како би неки акционар додао још који долар или евро на свој пребукирани рачун. Тај ужасан социјални дарвинизам, подобан пре свега тоталитарним режимима, телевизија приказује као нешто нормално, разумљиво и природно.

Није отуда чудно што доста људи које познајем, било да су свесни свега овога, било да то интимно осећају, одлучује да искључи телевизор. Јасно, то не значи да никада нећете гледати ТВ програм: ту и тамо, могуће је и у том низању блескова уочити неке заметке приче, неки мотив, неког истинског јунака, неки пример интелектуалног поштења или људске части, неког новинара или новинарку, која зна свој посао, а није манекенка, што значи да се на телевизији понаша потпуно нетелевизијски. Искључити телевизор овде значи, једноставно, изградити своју слику на бази медија у којима је могуће, што директније, чути глас појединца, његово сведочанство, његову бол и патњу, његово искуство, које неретко има више везе са нашим искуством, него филтрирана искуства такозваних “ТВ лица”. Укратко, ако је телевизор прозор у свет, време је да тај прозор отворимо. Да направимо промају у нашим животима, јер је часније бити човек кога ветар шиба у лице, него животиња у затвореној штали.

---

[1] <http://www.politika.rs/rubrike/Tema-nedelje/srbi-svetski-shampioni-u-gledanju-televizije/Len-jost-duha-i-manjak-para.lt.html>

[2] [http://www.youtube.com/verify\\_age?next\\_url=http%3A/www.youtube.com/watch%3Fv%3DYeYJP7ypvFU](http://www.youtube.com/verify_age?next_url=http%3A/www.youtube.com/watch%3Fv%3DYeYJP7ypvFU)

[3] Види: Edvard S. Herman, Robert V. Mekčesni, *Globalni mediji*, Clio, Beograd, 2004, 53-57.

[4] Jerome Christensen

“TheTimeWarnerConspiracy:JFK,Batman,andtheManagerTheoryofHollywoodFilm”, Critical Inquiry, Volume 28, Number 3, Spring 2002.