

РЕЧ ПРИРЕЂИВАЧА

Бурне и дубоке друштвене промене у данашњем свету одражавају се и на карактер савременог капитализма, који под корпоративним утицајем и глобалним тржиштем делује и на преображај осталих друштвених агенаса. Индустијско новинарство нема милости, сензационализам и таблоидизација избијају у први план, док се истина и етичност као негдашње врлине професије потискују спиновањем и манипулативношћу. Отуда медији постепено и сами постају део корпоративних елита, пристајући на служење арканским центрима. Уместо заштитника јавних интереса они полако постају средство притиска маса, чији им је пристанак неопходан да би се конзервирала моћ управљачких елита. Серија текстова који говоре о глобализацији и медијима има за циљ да препозна промене које нам се дешавају у масмедијском окружењу, посебно из угла демократизације друштва и креирања културних матрица које из њих настају.

Текст „Медији – артиљерија глобализације, или како живети у ‘тоталитарној култури’ која ‘делује као производња покорности’“ Слободана Рељића је студијски концептуализована критика новог светског поретка у комуникационој сфери. Уочавајући немоћ касног капитализма да артикулише економске токове, аутор фокус усмерава ка медијима и њиховој прикривеној улози убеђивача и пропагандиста. Отуда и став да су „глобални медији део фаланге која је устројена да би чувала и повећавала транснационално царство богатих“, у којем неколико стотина појединаца располаже имовином већом него скоро половина светског становништва. Низ анализираних случајева у функцији је јачања интензитета хипотеза, које воде специфичном тоталитаризму свести и управљања навикама, обрасцима понашања и идентитетима. Нови поредак је суров према обичном човеку, посебно ако се није уклопио у дух промена, док медијске слике спектакуларношћу и блештавилем заслепљују разум, тако да масе постају робови новог информативног поретка.

Дилема да ли је „Дигитални полис – оаза демократије или сајбер утопија“, изражена у раду Радивоја Петровића и Зорана Јевтовића, као да је логички наставак претходног текста. Криза новинарства истиче битку за рејтинзима и тиражима у први план, новинари се калкулишу као трошак у

функционисању медијског менаџмента, док се учешће грађанина као субјекта политичког живота минимализује. Директан, огољен, арогантан притисак државе, власника медија или оглашивача резултира стављањем потрошача у центар интересовања, тако да забава, индивидуализам и нарцизам господаре масмедијским токовима, таблоидизујући јавни простор. Аутори уочавају како се улога публике у добу дигиталних медија коперникански мења, јер, након периода традиционалне пасивности и конзумеризма, она добија шансу лаганог преузимања активне и стваралачке позиције. Решење виде у појави мултимедијалних сервиса са великим бројем комуникационих апликација, чиме се омогућава културна и политичка различитост, рађање глобалног дигиталног полиса, умреженог и отвореног за сваког појединца. То је и последња шанса за опстанак демократије, при чему ће се новинарство и само мењати, враћајући се изворној мисији служења обичном човеку.

Зоран Арацки истражује промене у економској, политичкој, културној и медијској сфери настале појавом глобализације, посебно се задржавајући на проучавању ефеката који су створени низовима технолошких преображаја. Текст „Мас – медији као глобализацијски губитници“ констатује како глобални профит све више угрожава начела новинарске професије, посебно у области традиционалне штампе, предвиђајући како ће и код електронских медија временом доћи до осипања и сегментације публике. Нове технологије развијају и нову инфраструктуру у производњи, обликовању и дистрибуцији информација, али се у њиховој основи увек налазе интереси капитала. Мултинационални конгломерати, уз неколико моћних држава, информативно владају светом, констатује аутор. Занимљив део текста је и онај који одсликава медијски пејзаж на Балкану, где се уочава слабљење позиције националних емитера и тихо заузимање комуникационог простора од стране великих медијских компанија.

Драган Никодијевић у раду “Медијска конгломеризација као део глобалних промена у корпоративном управљању и организовању“ истражује позицију и улоге медија у глобалним процесима. Констатујући како медијска продукција све чешће постаје „предмет непосредне економске експлоатације“, аутор трага за одговорима о „променама и управљачко-организационим корпоративним престојаванима“ које неизоставно воде масмедијским конгломеризацијама. Институције новог типа имају *привремени* карактер, уочава аутор, тако да се „управљање, уместо на непосредни увид и „распон контроле“, о чему је говорио Тејлор, ослања на неку врсту „паноптичког надзирања“. Занимљива је и тврдња

како „између оних који су непосредни извршиоци и управљачких структура постоји трансакција, а не однос“, чиме се индиректно асоцира на тржишну категорију информације као превасходну вредност. Ново доба производњу и промет информација види као друштвени потенцијал, што масмедјиским конгломератима даје улогу снабдевача вестима.

Веселин Кљајић и Сара Донеvски, критички преиспитујући улогу документарних форми у савременом новинарству, показују како се криза, превасходно глобалних штампаних медија, може избећи, али неговањем врхунске интерпретације, уз помоћ дубинских истраживања и кроз документарно посредовање. У раду под насловом „Наративност као глобални тренд новинарских документарних форми“ они методолошким анализом наратива документарних репортажа популарног часописа *National Geographic* уочавају композицију, те механизме постојања интенционалности, из чега происходи објашњење начина њиховог деловања на свест и осећања реципијента. Нова документаристика у глобалном окружењу препознаје се као тренд *storytellinga* (причања прича), а студија случаја указује на немерљив утицај који се на тај начин остварује на вишемилионску публику.

Интернет у симбиози са дигиталним платформама нуди мноштво нових форми комуникацијског деловања, о чему више можете прочитати у раду Јелене Радовић - Јовановић „Нови медији: идентитет и глобални културни ентитет“. Како се констатује „моћ и могућност комуникацијских платформи нових медија превазишла је све досадашње облике брзог удруживања и позивања на стварну акцију“, што ствара и нове односе на релацији приватно-јавно: „електронски траг је неизбрисив, немогуће је обрисати податке о личностима, што значи да је немогуће прикрити прошлост и сачувати личну приватност и дискрецију“. Природа културне глобализације је сложена, вишезначна и неуједначена, али „док су међународне комуникације раније зависиле првенствено од транспортне технологије, данас се оне ослањају на нове медијске комуникацијске платформе“. Културни контакти постају глобални, националне границе се урушавају, док културни идентитети трпе ударе, и сами се мењајући под налетима глобалних комуникационих садржаја.

Већина аутора прилога који у *Култури* говоре о овим променама су значајан део својих каријера провели у водећим српским редакцијама, тако да њихова размишљања немају само теоријски оквир. Ако су нас некада учили како новинарство представља поглед кроз прозор на сам живот, данас би могли да констатујемо како је окно јако замућено, све чешће као последица креираних интереса.