

DRUŠTVENI POLOŽAJ, VREDNOSTI I ULOGA MEDIJA U SAVREMENIM PROCESIMA GLOBALIZACIJE

Pregledni članak

Ecc Slavica Kačarević

Centar za strateška istraživanja nacionalne bezbednosti - CESNA B Beograd

Dr Ratomir Antonović

Univerzitet "Union - Nikola Tesla" Beograd, Fakultet za pravo, bezbednost i menadžment
"Konstantin Veliki" Niš

Dipl. Ecc Biljana Bogdanović

Centar za strateška istraživanja nacionalne bezbednosti - CESNA B Beograd

Sažetak: Cilj rada je naučno razmatranje društvene uloge, vrednosti i delovanja medija u aktuelnim procesima globalizacije. Kao savremeni fenomen označava poseban izazov za istraživače društvenih pojava i pripadnike vladajućih nomenklatura. Globalni mediji su u funkciji realizacije interesa nosilaca procesa globalizacije, naročito u sferi ekonomije i ekspanzije TNK. Stoga su esencijalni činilac uticaja na javnost u kontekstu oblikovanja javnog mnjenja i ostvarivanja kompetitivne prednosti na tržištu. Činjenica je da se određeni informativni kanali koriste za plasiranje dezinformacija i manipulacije. Takođe, značajno je nepoverenje u nezavisnost vodećih sredstava informisanja u globalizovanom svetu, što je kontroverza sadašnjeg stepena ljudske civilizacije.

Ključne reči: društvo, mediji, komunikacija, manipulacija, globalizacija

SOCIAL POSITION, VALUES AND ROLE OF THE MEDIA IN MODERN PROCESSES OF GLOBALIZATION

Abstract: The aim of this paper is to scientifically consider the social role, values and actions of the media in the current processes of globalization. As contemporary phenomena they represent a particular challenge for researchers of social phenomena and members of the ruling nomenclature. The global media are in the function of realizing the interests of the bearers of the globalization process, especially in the sphere of economy and expansion of TNC. Therefore, they are an essential factor in influencing the public in the context of shaping public opinion and gaining competitive advantage in the market. The fact is that certain information channels are primarily used to place misinformation and manipulations. Also, it is significant is the distrust i the independence of the leading media in the globalized world, which is a controversy of the current level of human civilization.

Keywords: society, media, communication, manipulation, globalization

1. Uvod

Savremeno doba čovečanstva karakterišu tri značajna pojma, a to su: globalizacija, liberalizacija i tehnološki razvoj. Globalizacija na ekonomskom polju vodi ka stvaranju jedinstvenih tržišta, stvaranju pravnih subjekata čije polje delovanja ne bi bilo ograničeno nacionalnim okvirima, te bi na taj način nacionalno postalo stvar prošlosti, dok bi se čitav svet mogao posmatrati kao jedan totalitet sa svim karakteristikama jedne nadnacionalne tvorevine. Tržišna ekonomija, koja je danas vladajuća korist u globalizaciji vidi u stvaranju jednog

globalnog tržišta, sa izraženom nadnacionalnom kompeticijom i neograničenim brojem učesnika pod jednakim uslovima. Stvaranje ovakvih tržišnih uslova je mnoge do tada male i nemoćne države dovelo do ozbiljnog progressa u ekonomskom i privrednom smislu.

Pored ekonomskih koristi, globalizacijom su široko otvorena vrata cirkulaciji ljudi i informacija, što ima poseban značaj pri zapošljavanju i profesionalnoj edukaciji mladih ljudi, širenju znanja i tehnologija bez bilo kakvih ograničenja, što predstavlja neopisivi zamajac nauci i obrazovanju. Takođe, velika dostupnost informacija može biti ključna, jer današnje vreme karakteriše poseban značaj informacija.

Pojam globalizacija podrazumeva proces otvaranja i liberalizacije nacionalnih finansijskih tržišta i njihovo stapanje u globalno tržište kapitala. Pod ovim pojmom se često podrazumeva i međunarodna integracija dobara, tehnologija, rada i kapitala, čime se dolazi do pojma globalizacije u širem smislu te reči.¹⁴²

Pored svih prednosti, ali i nedostataka globalizacije, posebno se mora istaći njen podsticaj na permanentno ulaganje u vlastito znanje, tehnološki i naučni razvoj. Stoga je nužno adekvatno integrisanje u procese globalizacije na efikasan i blagovremen način, kako se ne bi propustila prilika za pozitivnu promenu koju sa sobom donosi globalizacija.

Prema nekim autorima, poput Robertsona i Miloradovića, globalizacijom se jača svest o svetu kao jednoj jedinstvenoj celini, a ona nastaje kao rezultat razvoja nauke, savremenih tehnologija, tržišne ekonomije i demokratije. Dakle, neumitno je prisutno insistiranje na ekonomskoj strani globalizacije, dok se neopravdano umanjuje njen značaj kad je u pitanju kulturološka i medijska strana globalizacije.

Kad se govori o odnosu globalizacije i kulture, onda se svakako mora spomenuti „sudar“ različitih kultura i kulturoloških nasleđa, svojstvenih svakoj državi i narodu. Permanentna fluktuacija ljudi, robe, dobara i usluga neminovno sa sobom nosi i primese svake kulture svojstvene podneblju sa kog su došli ti ljudi, roba, dobra i sa kojih su pružene usluge. Na taj način dolazi do stvaranja novih „kulturnih simbola“ koji nastaju u različitim kulturološkim procesima koji traju i postoje duži niz godina.

Ovde se svakako mora spomenuti jedan pežorativni kontekst kulturološke globalizacije, nazvan po američkom lancu brze hrane „Mek Donaldsu“, „Mekdonaldizacija“, što bi trebalo da znači stvaranje unifikovanih stilova života svih građana u svim delovima sveta i apsolutno odricanje od nacionalnih karakteristika i životnih navika tipičnih za dato geografsko podneblje. Međutim, teoretičari i zagovornici „konvergentne globalne kulture“ upravo iznose kontraargumentaciju kroz insistiranje na naglašavanju lokalnog i na oživljavanje re-lokalizacije, a nikako de-lokalizacije.

Mediji imaju pionirsku ulogu u procesu globalizacije, jer su oni bili prvi kanal kroz koji su potekli tzv. sadržaji globalizacije. Mediji su sve vreme vodili kampanju za globalizaciju, ističući njene prednosti, a gledaocu u svakom delu sveta su plasirali informacije globalne sadržine. Mediji se, sa razlogom, mogu nazvati najefikasnijim oružjem novog globalističkog poretka, jer se kroz njih puštaju sadržaji koji promovišu i podstiču globalni protek informacija i cirkulaciju različitih mišljenja i stavova.

¹⁴² Dujšin, U. (1999) *Globalizacija, regionalizacija i Republika Hrvatska*, Zbornik Pravnog fakulteta Univerziteta u Zagrebu, 49, 2, 179-195.

Uz medije, kao jedan od najznačajnijih medija današnjice svakako treba pomenuti internet koji postaje, a pretenduje i da ostane, bar duži niz godina, suvereno sredstvo informisanja. Internet je neslućeni vetar u leđa nauci i obrazovanju, otvorio je brojna polja delovanja naučnih i obrazovnih institucija, dok su mnogi, do tada teško dostupni sadržaji, postali dostupni svima koji su posedovali računar ili neki drugi uređaj, preko kog su mogli da prate internet sadržaje.

2. Uloga i značaj medija

U periodu globalizacije, posebno mesto i značaj imaju tzv. masovni mediji ili masmediji. Njih karakteriše vrlo širok konzum, što znači da dosežu do velikog broja korisnika. Mediji su širok kanal kroz koji cirkulišu različite vesti od svog izvora, pa do krajnjih korisnika. Što je konzum veći, uloga i značaj datog medija je veći i taj se medij smatra respektabilnijim u medijskom svetu.

Globalizacija kao fenomen je uticala na sve društvene sfere, pa tako i na medije, koji u tom postupku dobijaju itekako značajnu ulogu. Kao bitna novina, uvedeno je medijsko tržište, koje uvodi pluralizam medija i stvaranje mogućnosti širokog odabira medija. Medijska kompeticija na tržištu podrazumeva borbu između medija za što većom gledanošću i popularnošću kod publike. Pored toga, mediji u ovoj borbi moraju da imaju mehanizam stvaranja prevlasti na tržištu što postižu stvaranjem savršenog spoja u informisanju na relaciji slika – ton – informacija. Menje – više, svi mediji prenose iste sadržaje i šire iste ili slične vesti. Razlika je jedino u tome kako se pojedine vesti plasiraju i na koji način. Reditelji primenjuju različite manipulacije u uglovima snimanja i planovima snimanja i prenošenja određenih događaja. Kompjuterska tehnologija omogućuje da se pojedine sekvence izdvajaju, ponavljaju više puta, čime se podstiče i apostrofira određeni događaj ili situacija.¹⁴³

Reditelj je ujedno i autor reportaže, te on ima mogućnost da prikaže da se desilo i ono što se nije desilo i obrnuto, da se nije desilo ono što se zaista desilo. Ovde se radi o manipulacijama snimcima, a stepen manipulativnosti se podiže kod tzv. živih snimaka ili direktnih prenosa. Upravo zato se traže privlačne scene i kadrovi koji mogu dobro da posluže u te svrhe. Takođe, sposobnost dobrog reditelja omogućuje da se od običnih i svakodnevnih situacija naprave dramatični i odsudni trenuci, što obično bude praćeno i adekvatnim komentarima i sugestivnim muzičko-scenskim motivima. U ovim manipulatorskim dešavanjima, dominantnu ulogu ima televizija, kao najjači masmedij, sa najvećim dometom. Televizija je kadra da kreira masovnu svest ljudi i da usmerava način njihovog razmišljanja, potom formiranju popularnih diskursa, u postupku stvaranja urbanih mitova i legendi, kao i stvaranju novih životnih formula i obrazaca.¹⁴⁴

Značaj medija i informisanja građanstva je od primarne važnosti, a kontrola informacija koje procure u medijski etar posebno znači nosiocima političke vlasti. Kako će i na koji način određena vest biti plasirana i da li će uopšte biti plasirana, pitanja su koja usmeravaju medije u vremenu globalizacije. Pri tom, treba naglasiti da je u ranijoj epohi uticaj medija bio slabiji dok su mediji imali samo štampanu formu. Danas, u periodu digitalizacije, vesti se šire neslućenom brzinom, te javnost raspolaže informacijama koje često ne mogu biti uvek iskontrolisane. To se

¹⁴³ Jakovljević, M; Šćekić, R. (2019) „Mediji i konflikti u epohi globalizacije“, *Međunarodno okruženje*, broj 2, str. 65-66.

¹⁴⁴ Milojević, S. (1999), *Medijska manipulacija političkom javnošću*, Filozofski fakultet Univerziteta u Nikšiću.

može smatrati i vrlinom, ali i manom medija u periodu globalizacije, jer se javlja vrlo velika opasnost od širenja netačnih i neproverenih informacija, dezinformacija i mediji mogu imati manipulativni karakter sa ciljem usmeravanja javnog mnjenja.

Takođe, u globalnom svetu, u medijima postoji monopol globalnih medijskih kuća. One svoj monopolski položaj gledaju da maksimalno kapitalizuju upravo tako što naplaćuju onima koji žele da imaju uticaj na informacije, njihovo oblikovanje i plasiranje svoju uslugu i čak im u tome pružaju svesrdnu pomoć za adekvatnu protivuslugu. Dakle, globalizacija je stvorila „diktaturu jedne reči i slike“, što je daleko teži oblik diktature od političke i partijske diktature.¹⁴⁵

3. Odnos medija i politike u periodu globalizacije

U periodu globalizacije, bez sumnje se može govoriti da je medij sredstvo za ostvarivanje političkih, ekonomskih, vojnih, strateških, kulturoloških i drugih ciljeva. Sa uspostavljanjem novog svetskog poretka, po okončanju „hladnog rata“ na relaciji SAD – Rusija, uspostavljen je i jedan potpuno nov kriterijum vrednosti. To su: demokratija, ljudska prava, prava nacionalnih manjina, vrednosti multikulturalizma, kao i drugih sličnih prava koja su, naizgled delovala kao kvalitativno poboljšanje života običnog čoveka.

Sa druge strane, abrogirana su neka stara načela međunarodnog javnog prava, zasnovana na načelu suvereniteta nacionalne države. Upravo na tako zasnovanim odnosima, vrši se metamorfoza medija i njihovog rada, koji dobija jednu sasvim drugu konotaciju. Na scenu stupa novinarstvo bez cenzure, što znači da ne postoji nikakav kriterijum koji bi se odnosio na medijski sektor, a koji bi kontrolisao šta sme ili ne sme da izađe u etar.¹⁴⁶ Međutim, umesto slobodnog, svet je dobio ideološko novinarstvo, koje je novinara, od prenosnika informacija pretvorilo u prerađivača informacija na način koji je skladan ideologiji vladajućih struktura.¹⁴⁷

Kolevka medijske manipulacije u službi globalizma je SAD. Medijski giganti Amerike već dve decenije u nazad usavršavaju metode manipulativnog i senzacionalističkog novinarstva. To je sistem informisanja koji počiva na sentenci da „tri puta izgovorena laž postaje istina“, da ne postoje laži, već samo veštačka i malo ispravljena stvarnost u kojoj živimo. Kao primer uspešne medijske manipulacije se navode događaji koji su prethodili „Američko – španskom ratu“ i koji su isti prouzrokovali. Cilj Amerike je bilo proterivanje Španaca iz Kube, te su, 1898. godine na američkom brodu „Mejn“ u havanskoj luci podmetnuli eksploziv. Ovaj čin su pripisali Špancima, koji su demantovali svoju umešanost, ali njihovi argumenti nisu bili prihvaćeni, te je otpočet rat. Ovakav sistem delovanja, amerikanci su primenjivali i kasnije, u nekim sličnim situacijama, kad su trebalo da otpočnu ratovi i ratna dejstva, te da se određeni narodi nabede da su činili zločine i genocide protiv drugih naroda.

U svemu tome, mediji su imali dominantnu ulogu, jer su uredno izveštavali onako kako im je Amerika tražila i bili su najjači saveznik u realizaciji svih tih izfabrikovanih afera.

¹⁴⁵ Čomski, N. (1999), *Kontrolisana demokratija*, CID, Podgorica, str. 88.

¹⁴⁶ Ovde svakako treba staviti veliki znak pitanja šta je stvarno slobodno u medijskom radu u periodu globalizacije. Privid zaista jeste takav da se mediji u potpunosti necenzurisani, jer se gledalištu emituju sadržaji koji ni po jednom kriterijumu ne bi smeli ugledati svetlost javnosti. Sa druge strane, sve što je pušteno u etar, moralo je prethodno dobiti neformalno odobrenje medijskih i političkih moćnika.

¹⁴⁷ Vukašinović, M. (2017), *Geokultura i mediji*, Agora, detaljnije na: <https://www.kcns.org.rs/agora/geokultura-i-mediji/>, posećeno dana: 30.11.2021. godine u 15 časova.

Međunarodno javno mnjenje je oblikovano onako kako su to želeli tvorci novog globalnog medijskog poretka, što je njima dalo legitimitet za dalje vojno delovanje prema navodnom agresoru. Mehanizmi medijskog oblikovanja svesti građana su primenjivani i prilikom uključenja Amerike u Prvi svetski rat, kad je „Krilova komisija“ uz pomoć medija, vodila jaku ratnu kampanju, koja je uvela Ameriku u rat.

Američki model se uspešno primenjivao i na onim prostorima na kojima je trebalo širiti na daleko čuvenu „američku globalnu demokratiju“. Tako je CNN i BBC primenjivao najrazličitije metode medijskih spekulacija 1989. godine, kad je svrgnuće tadašnjeg predsednika Rumunije, Nikolaja Čaušeskua trebalo prikazati u svetlu širenja demokratije i likvidacije tiranina, koji je Rumuniju vukao u prošlost i distancirao od savremenih civilizacijskih tekovina. U tu svrhu, ovi medijski giganti i najveći medijski manipulatori su prikazivali potresne slike mrtve dece, pored kojih stoje njihovi uplakani roditelji, a koje je navodno ubio diktatorski režim Nikolaja Čaušeskua. Upravo je jedino takav medijski spin mogao da da legitimitet fizičkoj likvidaciji tadašnjeg rumunskog lidera i njegove supruge Elene. Godinama kasnije, dokazano je da su potresne scene mrtve dece i žena bile čista izmišljotina i stvar medijske manipulacije.¹⁴⁸

Medijsko ratovanje netačnim informacijama, poluinformacijama i informacijama koje su za cilj imale širenje straha, panike i neizvesnosti, trajalo je i tokom „hladnog rata“ a u plasiranju ovakvih informacija su se utrkivali SAD i SSSR. U to vreme, svi raspoloživi medijski sadržaji, ali i kulturni sadržaji, poput filmova, muzike i zabavnih sadržaja, bili su u funkciji borbe sa neprijateljem koji je bio sa one strane „čelične zavese“. Medijska mašinerija u rukama Amerike bili su čuveni „Radio Slobodna Evropa“, radio „Sloboda“ i „Glas Amerike“, dok je pod ruskom komandom bio „Radio Moskva“ koji su uređivali Informativno – propagandna ustanova, a od 1958. godine Savezno udruženje za kulturne odnose sa inostranstvom. U službi širenja svoje propagande, Rusi su osnivali svoje „Ruske domove“ po mnogim velikim gradovima širom Evrope i time širili svoje kulturne sadržaje, a po mišljenju mnogih teoretičara prava i bezbednosti, zapravo vršili kontraobaveštajni rad.

Pentagonski papiri, objavljeni 1967. godine su dokaz američkog obmanjivanja javnosti putem medijskih sadržaja u vreme trajanja „Vijetnamskog rata“. U svrhu plasiranja neistina, američki mediji su vršili „psihotično trijažiranje“, čiji efekti su bili kontraproduktivni, jer su dospeli do one tačke u kojoj obmane postaju očigledne. Američkoj javnosti je, uprkos plasiranja neistina bilo jasno da Amerika gubi tle pod nogama u „Vijetnamskom ratu“ i da Amerikanci postaju svakim danom sve veći gubitnici, te su se zato pojavili brojni pacifistički pokreti koji su propagirali okončanje rata i stvaranje uslova za mir.

Model medijskih manipulacija koji je rođen i počeo da živi u periodu „Hladnog rata“ je očigledno morao da nastavi svoju egzistenciju i po njegovom okončanju i nakon pada Berlinskog zida. Razlika je bila samo u tome što više nije vladao animozitet prema drugoj strani, već se javila težnja prekrajanja stvarnosti na nacionalnom i međunarodnom nivou, a u tu svrhu se osnivaju PR agencije, kao produkt novog vremena. Jaka propagandna politika Amerike i po okončanju „Hladnog rata“ se nastavlja, dok se na strani Rusije ta propagandna politika

¹⁴⁸ Reljić, S. (2014) *Kriza medija i mediji krize*, „Službeni glasnik“, Beograd, str. 112.

umanjuje, što zbog jakih unutrašnjih kriza, što zbog opadanja političke moći, naročito u vremenu vladavine Borisa Jelcina.¹⁴⁹

Savremeni manipulativni medijski centri u Americi se nazivaju „mejnstrim“ mediji, čija uloga se ugleda u maksimalnoj komercijalizaciji medija i borbi za sticanjem što uticajnije pozicije na tržištu medija, što za krajnji cilj treba da doprinese stvaranju profita za medijske kuće. Mediji postaju uslužni centar različitim korisnicima, kojima oni, uz adekvatnu novčanu naknadu, izvršavaju svaku moguću želju. Samim tim, mediji počinju da izveštavaju javnost na način koji odgovara njihovim sponzorima i finansijerima, što je daleko od objektivnog informisanja. Uglavnom, ovi mediji rade po diktatu i nalogu zvaničnih vlada sveta i oni predstavljaju takoreći legitimne prenosiocce zvaničnih stavova režima u zemlji u kojoj deluju. Takođe, na primeru Amerike, ovi „mejnstrim“ mediji su predstavljali i nezvanično sredstvo političke propagande.¹⁵⁰

Iz svega jasno sledi da se radi o pojavi novih medija sa potpuno novom koncepcijom i uređivačkom politikom, zasnovanom na principu „istina se danas ne kotira dobro“ i „da li sama laž kao pojam ima ikakvo značenje“, kao i to da „svi lažu, te da danas niko ne zna šta je istina, ma kako god ona izgledala“. ¹⁵¹ Cilj kontrole medija se krije u cilju kontrole društva, a interes za to imaju jedino režimske elite u čitavom svetu. Ovakvi „mejnstrim“ mediji predstavljaju najtamnije mesto „američke demokratije“ jer američko društvo čine najindoktriniranijim. Zapravo, ovakva indoktrinacija predstavlja perfidan način kontrole društva sa najvećim građanskim i ljudskim pravima.¹⁵²

Takođe, na krilima ovih medijskih spekulacija, američka administracija predvođena Džordžom Bušom starijim je 1990. godine kampanjom zaštite ljudskih prava, moralnosti, jedinstva, pravde i vladavine prava, stekla je široku popularnost i podršku kod skoro svih vodećih zemalja sveta, što je iskorišćeno za obračun sa osvedočenim neprijateljem Amerike, Irakom. Ovaj model delovanja je preuzeo i Bušov naslednik, Bil Klinton, koji je otvorio široko polje ratnih dejstava prema Somaliji 1993. godine, Haitiju 1994. godine, Bosni i Hercegovini 1995. godine i Jugoslaviji 1999. godine. Američki model medijskog spinovanja je uvek po pravilu značio delovanje u cilju zaštite ljudskih prava, manjinskih prava, zaštite demokratije i vladavine prava, dok bi se iza toga krila namera američke administracije da uspostavi svoju vlast i političku dominaciju u određenim delovima sveta. Na prostoru Severne Makedonije, Ukrajine, južne srpske pokrajine Kosovo i Metohija, na afričkom i azijskom kontinentu je navedeni model doživeo svoju obimnu primenu, a krajnji cilj Amerike je bio detronizacija nepodobnih režima i uspostavljanje novog poretka baziranom na principu „kontrolisanog haosa“. U takvom haotičnom statusu, najveću korist bi videle tzv. američke mirovne misije, koje bi, nakon iscrpljivanja svih vitalnih resursa napuštali krizno područje, ostavljajući ga u još većoj krizi nego u vremenu započinjanja njihove intervencije. Najskoriji primer je delovanje u Avganistanu, koji je bio do skoro pod američkom okupacijom, da bi danas bio ostavljen ekstremističkim grupacijama da uspostavljaju svoj fundamentalistički režim.

¹⁴⁹ Samardžić, N. (2021), *Drugi hladni rat: Zapad i Rusija*, Laguna, Beograd, str. 120-122.

¹⁵⁰ Hul, S. (2013) *Mediji i moć*, Kapros, Loznica, str. 56-57.

¹⁵¹ Kelner, D. (2004), *Medijska kultura*, Clio, Beograd, str. 88-89.

¹⁵² Čomski, N. (1999) *Kontrolisana demokratija*, CID, Podgorica, str. 20.

4. Zaključak

U samom radu, koautori iznose zapažanja koja se odnose na prednosti, ali i brojne nedostatke procesa globalizacije koji je zahvatio čitav svet. U radu se daje istorijski, počitički i pravno-ekonomski osvrt na društvene okolnosti na međunarodnom nivou koje su pogodovale nastanku i razvoju globalizacije, te se ukazuje na prednosti, koje se ogledaju u stvaranju velikih tržišta, u slobodnoj cirkulaciji ljudi, dobara i usluga, ali se ukazuje i na nedostatke, poput uništavanja tradicionalnih vrednosti i nametanja volje politički i vojno najjačih država politički i vojno slabijim državama.

Posebna pažnja u radu se pridaje ulozi i značaju medija, kao značajne sile, koja u uslovima globalizacije postaje kreator raspoloženja, mišljenja i opredeljenja javnog mnjenja celog sveta. Ukazuje se na činjenicu da je medijski sektor, predvođen velikim svetskim medijskim kućama, u službi politike, velikih svetskih sila, koje putem medijskih spekulacija, stvaraju pogodno tle za realizaciju svojih političkih ciljeva. U svrhu njihove realizacije, mediji izmišljaju afere, etiketiraju čitave narode, etničke i verske grupacije, nakon čega obavezno nastupa određena vojna ili politička intervencija. Tek posle izvesnog vremena, istina se saznaje, ali tad to postaje irelevantno, jer je politički efekat već ostvaren.

U radu se ističu značajne medijske spekulacije u periodu neposredno po okončanju „hladnog rata“, ali i u vreme njegovog trajanja. U skoro svim slučajevima, primenjivani su isti ili slični modaliteti, još od 1898. godine, pa do najsavremenijih slučajeva prilikom izazivanja „arapskog proleća“ ili nešto stariji slučajevi, primenjivani prilikom raspada SFRJ.

Kolevka modernog globalističkog i spekulativnog novinarstva su SAD. Američke medijske kuće BBC i CNN bile su predvodnici novog talasa globalnog novinarstva i utemeljivači ideje stvaranja sistema obaveštavanja zasnovanog na lažima, poluistinama i dezinformacijama. Promovisani su ideali utilitarističkog i komformističkog novinarstva, zasnovanog na ideji stvaranja bogatih medijskih magova, koji ogromnim kapitalom drže pod kontrolom ceo svet i politikom naplaćivanja poželjnih informacija najpre maksimiziraju svoje lično bogatstvo, dok sa druge strane, kroz plasman neistina, kreiraju javno mnjenje prema volji i potrebama njihovih finansijera i donatora.

S tim u vezi, treba napomenuti i novu formu medijskih sadržaja, koji takođe rade na promociji tzv. globalističke kulture. Tu se prevashodno misli na rijaliti programe, filmske i serijske sadržaje rađene po identičnoj matrici, šou programe i slične niskokvalitetne sadržaje koji promovišu one „vrednosti“ koje su po volji tvorcima globalizma. Uništavanjem nacionalnih kultura i kulturoloških karakteristika, stvara se jedna uniformna globalna masa, naučena da razmišlja, živi i radi po istom obrascu, stremeći istim željama i potrebama. Cilj je stvoriti novu potrošačku populaciju koja nemilice troši, kupuje i pretvara se u konzumente, dok se sa druge strane uspostavlja monopol jakih i dominantnih sila. Obistinjuju se predviđanja Džordža Orvela, koji je u svom proročkom delu „1984“ upravo ukazao na moć i sposobnost manipulacije, a čuvenu frazu „pažnja, Veliki Brat vas posmatra“, mogli smo svi i čuti tridesetak godina kasnije.

Dakle, sublimacijom svega iznesenog, nesumnjivo se stiče utisak da je proces globalizacije ostavio ekstremno jak utisak na medije na globalnom nivou. Iako su mediji oduvek raspolagali jakim manipulativnim potencijalom, on je do punog izražaja došao razvitkom globalizacije.

Politički, medijski, trgovinski, verski i razni drugi magnati imali su interes da se medijski sektor na ovakav način preobrazi, donoseći njima čisti profit. Stvarajući sistem „kontrolisanog haosa“, stvoreni su idealni uslovi za razvoj društva zasnovanog na manipulacijama.

5. Korišćeni izvori i literatura

- [1] Čomski, N. (1999) *Kontrolisana demokratija*, CID, Podgorica;
- [2] Dujšin, U. (1999) *Globalizacija, regionalizacija i Republika Hrvatska*, Zbornik Pravnog fakulteta Univerziteta u Zagrebu, 49, 2;
- [3] Hul, S. (2013) *Mediji i moć*, Kapros, Loznica;
- [4] Jakovljević, M; Šćekić, R. (2019) „Mediji i konflikti u epohi globalizacije“, *Međunarodno okruženje*, broj 2;
- [5] Kelner, D. (2004), *Medijska kultura*, Clio, Beograd;
- [6] Milojević, S. (1999), *Medijska manipulacija političkom javnošću*, Filozofski fakultet Univerziteta u Nikšiću;
- [7] Reljić, S. (2014) *Kriza medija i mediji krize*, „Službeni glasnik“, Beograd;
- [8] Samardžić, N. (2021), *Drugi hladni rat: Zapad i Rusija*, Laguna, Beograd
- [9] Vukašinović, M. (2017), *Geokultura i mediji*, Agora.

