
**SIVA ZONA
LJUBIČICE BIJELE –
PISMO GLAVNOM
UREDNIKU
JEDNOGA
HRVATSKOG
DNEVNOG LISTA**

VIKTOR IVANČIĆ

Poštovani gospodine uredniče,

Ne znam točno koliko ste godina života nakupili, ali, sudeći po ozbiljnosti i važnosti funkcije koju obnašate, rekao bih kako ste dovoljno stari da se sjećate druga Tita i bogatih nasada kulta “ljubičice bijele”. Istini za volju, s obzirom da pripadate tipiziranoj društvenoj strukturi, nekoj vrsti genetski modificirane kadrovske sorte, s lakoćom mogu, osim približne starosti, naslutiti i druge detalje vaše biografije: radničko porijeklo, djetinjstvo u predgrađu, rani angažman u omladinskoj organizaciji, članstvo u Savezu komunista, bavljenje novinarstvom kao društveno odgovornim poslom, energična skrb za zaštitu bratstva & jedinstva i tekovina socijalističke revolucije, vjerojatna diskretna suradnja s tajnom policijom, a potom tupi doček nacionalne revolucije, hitno presvlačenje, članstvo u nacionalističkoj vladajućoj partiji, bavljenje novinarstvom kao društveno odgovornim poslom, energična skrb za zaštitu državnog suvereniteta i nacionalnog integriteta, vjerojatna diskretna suradnja s tajnom policijom, uprezanje u medijski ratni stroj, tiha logistika oslobodilačkim ratnim zločinima, skriveno sudioništvo u herojskim gadostima, a potom tupi doček poratnog liberalnog prosvjetljenja, hitno presvlačenje, članstvo u Rotary klubu, bavljenje novinarstvom kao društveno odgovornim poslom, energična skrb za zaštitu europskih demokratskih standarda i vrijednosti slobodnoga tržišta, diskretna suradnja s najmoćnijim poslovnim lobijima, uzorna građanska egzistencija, košulje *Pierre Cardin*, bijele i svjetloplave, *penthouse* u boljem zagrebačkom kvartu, klet u Zagorju, pudlica ili koker španijel, terenac boje pustinjskoga pijeska, satovi baleta za djevojčicu, privatni trener za dječaka, subotnja kava ispred *Buldog*... Ali

sve to spominjem tek uzgred, s nadom da nećete zamjeriti. Skrušeno se vraćam drugu Titu i nasadima “ljubičice bijele”.

Gospođa Jennie Lebel kasnih je četrdesetih godina prošloga stoljeća završila na Golom otoku zbog vica što ga je ispričala u pogrešno izabranom društvu. Vic je poručivao da je Jugoslavija osvojila zlatnu medalju na međunarodnome sajmu cvijeća “jer smo uzgojili ljubičicu bijelu tešku sto kila”. Četiri desetljeća kasnije, titoizam se skršio zbog istoga vica, točnije – zato jer se ovaj njegovao i širio u ozbiljnim formama. Moglo bi se likovati da ga je sustigla kletva zabranjenog osmijeha. Drukčiji tok historije evidentno nije bio realan: mogućnost da gospođa Lebel ne završi u zatvoru zbog pozivanja na smijeh teško je zamisliva, jer se onda onih sto kila agilne ljudske materije ne bi u pjesmicama pojavljivalo kao “ljubičica bijela” (koju “voli domovina cijela”)...

6 Zbog čega je komunistički režim najmrkije inzistirao baš na svojim najkomičnijim elementima – prema kojima je Veliki vođa “ljubičica bijela”, recimo, ili smo to čak “svi mi” – druga je i duga priča, koju ćemo ostaviti stručnjacima za ideološke nastranosti. No, čini mi se nesumnjivim da je upravo nagomilani apsurd nagrizao čeličnu vjeru u ozbiljnost i istinitost nečeg što je komično pretjerano – *pretjerano do suza*, reklo bi se – i titoizam se, u odgovarajućem svečanom trenutku, slomio lako poput ploče od stiropora. Nad tim samoslamanjem, nad tom autodestrukcijom, doduše, odmah su se trijumfalno postrojili lažni egzekutori, razvili zastave drukčijih trobojnih kombinacija i grurali se u prsa junačka, pa ću, ako vas to veseli, ponuditi i službenu verziju: odlučna nacional-demokratska čizma zgazila ga je poput ljubičice bijele.

Gospodine uredniče,

Ne bih vas zamarao ovim sumnjivim zapažanjima o propasti titoizma, da me jedna reportaža objavljena u vašem listu, koju sam čitao osupnut, s trncima u leđima, s osmijehom na usnama, nije navela da se prisjetim tog fenomena: ne titoizma, nego propadanja!

Je li to taj odlučujući moment? – pitao sam se drhtureći od uzbudjenja. Je li to taj trenutak kada oficijelne novine, kao i čitav oficijelni medijski sustav, prvi put daju jasnije nagovještaje da počinju s procesom nemilosrdnog ismijavanja samih sebe, a pritom pokazuju impresivnu neosvijestjenost o svojim postupcima? Kada se počinju urušavati tako što će se doživljavati i predstavljati sve moćnijima? Kada počinju razjedati svoju unu-

trašnju supstancu vjerujući da time pridonose vlastitoj snazi i zdravlju? Je li to taj blagotvorni nesporazum, mislio sam, što će se poput grudve snijega zakotrljati niz liticu, postajući sve veći i veći, sve očitiji i apsurdniji, s tendencijom da se – budući je na nizbrdici – negdje ipak zaustavi i raspadne na proste faktore, bez obzira na usput počinjenu štetu?

Skoro sam siguran da je tako, gospodine uredniče, i ne mogu reći da sam zbog toga žalostan. Štoviše, volio bih da ovu moju pisaniju shvatite kao znak otvorene podrške vašim naporima, ako ćete je dospjeti pročitati, jasno, pošto je duža od desetak redaka, a i nema retoričku strukturu štiva na koje ste navikli.

Dana 3. kolovoza u vašem dnevnom listu objavljena je reportaža s nadnaslovom “Helikopterom po Agrokorovu carstvu”, te naslovom “Todorčić: strast za zemljom”. Naravno, radi se o Ivici Todorčiću, ekonomski najmoćnijem čovjeku u Hrvatskoj, vlasniku poljoprivrednog i trgovačkog imperija monstruoznih razmjera, čije je temelje maznuo u kaosu privatizacije za neznatnu svotu, tajkunu najvišega tranzicijskog ranga, financijski dovoljno potentnom da određuje tečaj domaće valute, da kroti ili oslobađa inflaciju na državnoj razini, a reporter koji ga prati u helikopteru dok zajednički obilaze “Agrokorovo carstvo” također nije bilo tko, nego vaš zamjenik, drugi čovjek lista, očito na strogo povjerljivom zadatku, gdje se traži osoba s jasnom odgovornošću za generalnu uređivačku politiku, a ne nekakav honorarac koji će za par kila rajčica vlasniku helikoptera bez zadržke oblizati stopala. Reportaža je plasirana preko tri novinske stranice, s ukupno jedanaest fotografija, a na svakoj od njih je Ivica Todorčić, vizionarski zagledan u budućnost, uz traktore, kombajne, žitna polja, nasade paprika, krave, svinje i nasmijane zaposlenike svojih kombinata.

U vašem je listu vlasniku Agrokoru spjevana klasična titoistička poema, jer ste iz nekog razloga procijenili da su čitatelji na to spremni. Za vašeg reportera, tj. vašeg zamjenika, lišenog ikakvih natruha ironije, Todorčić je “ljubičica bijela”, točnije: “čovjek koji pokreće Hrvatsku” i pritom se čitav predaje svakom detalju toga nezahvalnog posla. Njemu su “jabuke poput djevojaka”; on “hranu za krave prebire po prstima toliko zadovoljno da se čini kako bi je i sam kušao”; on bi “bika ljubio među rogove”; on bi “satima zaljubljeno gledao u velike kotače svemirskog stroja što plazi po njivi, jednog iz njegova nepreglednog carstva, koje poznaje u stopu”; on “pilotu u kabini neprestano dirigira smjer kao da mu je u glavu usađen kakav navigacijski sustav”...

Reporter konstatira kako bi “Todorić najradije znao ime svakog svog radnika, no to je malo teže jer ih ima 34.000”, a zauzvrat uposlenici njega oslovljavaju s “Predsjedniče”, pošto je on “predsjednik svog koncerna”, pače: “za više od 2.000 Baranjaca koji rade u Belju on je i više od predsjednika kompanije”. Što bi to bilo “više od predsjednika kompanije” nije sasvim jasno, kao što mi je osobno nejasno zbog čega bi to Todorić “najradije znao” imena svojih radnika, ako, s druge strane, oni njega ne smiju oslovljavati imenom, nego su dužni obraćati mu se s “Predsjedniče”, ali reporter u tim pravilima ophođenja ne vidi prilično gnjusnu klasno-hijerarhijsku prisilu, obred čiji je smisao ovjeravanje poslušnosti, nego naprotiv, on tu prepoznaje nesvakidašnju prisnost, jerbo bi “Predsjednik” ipak “najradije znao” imena slugu pokornih, umjesto što u njih upire prstom i doziva ih s “ti”.

8 Dok lete helikopterom iznad “carstva”, Todorić reporteru objašnjava: “Vidite ovo dolje, to je naše. To smo sada kupili... Pogledajte, ovi silosi dolje, to je isto naše. To ćemo sve srušiti pa ispočetka... Vidite ono bijelo. To je naša farma...” Ili: “I ovo ovdje je naše. Tu ćemo saditi jabuke... Mi već sada proizvodimo pola hrvatskih jabuka, a za tri godine nećemo više uvoziti nijednu.” Reporter je dječaćki impresioniran “Predsjednikom” i zaključuje da je “njegova filozofija svugdje jednaka – širenje, širenje i širenje”!

Ne nedostaje tu ni toplih anegdota, sličnih onima iz knjige France Bevka o stasavanju “ljubičice bijele”, samo što su reporteru vašeg lista, vašem zamjeniku, umjesto svinjskih glava izgleda baš jabuke nekako prirasle srcu: “Prije nekoliko tjedana, dok se vozio prema Zagrebu, vidio je da se najgori oblaci vuku baš na stranu voćnjaka Obreška. Bila je već gotovo noć. Što je napravio? Nazvao je portira voćnjaka da ga pita je li tuča i hoće li nastradati jabuke.”(!)

Reportaža završava furioznim vazelinskim uklizavanjem, tako da je i “Predsjednik”, čitajući, vjerojatno grcao od ushićenja: “Ne znam je li ta njegova posvećenost jedini razlog što Todorić danas ima dva posto hrvatskoga poljoprivrednog zemljišta, devet posto proizvodnje, najbolju vodu, najbolje brašno, najbolji sir za mazanje i tko zna što još. Ono što znam je da se ne namjerava zaustaviti.”

Sugestija je, dakle, više nego jasna: nitko u Hrvatskoj neće jesti, piti i obavljati nuždu, a da Ivica Todorić od toga ne ubire dobit. Kiša će padati da bi se slijevala u plastične boce s etiketom koncerna Agrokor. Sun-

ce će sjati da bi pospješilo rast Todorićevih usjeva. Svako novorođeno dijete, osim u matične knjige, upisat će se u poslovne statistike koncerna Agrokor.

Prizori golemih zemaljskih posjeda, uzoranih ledina, nakrcanih štala, nepreglednih voćnjaka i lokalnih seljaka koji se gazdi obraćaju uz verbalni rukoljub, potenciraju dojam da hrvatski kapitalizam ekspandira na feudalnim principima. Živeći u dvorcu s četrdesetak soba, i vjerojatno isto toliko komada posluge – o čemu je vaš list u više navrata donosio bogato ilustrirane priloge – Todorić se ukazuje kao hrvatski kapitalistički Tahiti, samo što je Matija Gubec sklonjen u mračne zakutke historije, zajedno s partizanima.

S druge strane, medijski izabrani fragmenti te feudalno-kapitalističke bajke provlače se kroz sasvim socijalističku vizuru i ornamentiku, valjda zbog predostrožnosti, zbog osjećaja da bi čitatelji mogli imati sentimentalni odnos prema “dobrim starim vremenima” i tadašnjim utopijskim idejama o ravnopravnom zajedništvu: Ivica Todorić nije netko tko se s bezobraznom neumjerenošću bogati eksploatirajući prirodne i ljudske resurse, niti pak netko tko se temeljnoga vlasništva dokopao pod krajnje sumnjivim okolnostima, nego netko tko jamči opći prosperitet, on sve te pothvate ne postiže zbog sebe nego zbog svih drugih, on je zalag dobrobiti čitave zajednice, “čovjek koji pokreće Hrvatsku”.

U filmu Rajka Grlića “Samo jednom se ljubi” poslijeratni direktor tvornice, kojega glumi Zijah Sokolović, pravda se svojim partijskim drugovima što je uselio u vilu bivšeg kapitalističkog vlasnika: “Znate li vi kako me poslovni partneri ugošćuju u svijetu? Gdje onda da ih ovdje primim, u stračari?” Ivica Todorić vašem reporteru, odgovarajući na pitanje o 40-sobnom dvorcu pod Sljemenom, varira isti refren: “Ne patim od luksuza, niti stignem uživati u njemu. Ali imam bogate i utjecajne prijatelje. Ako me netko ugosti u dvorcu u Francuskoj, pa gdje bih ja njemu u Hrvatskoj uzvratilo? Moram imati infrastrukturu...”

Tek uzgred, tu možemo uočiti mali simbolički kaos kao rezultat sudara dvaju moralnih standarda i njihovih manipuliranih izvedenica: direktor iz Grlićeva filma ismijan je zbog lažnog socijalističkog (a zapravo buržujskog) morala, dok je Todorić u vašoj reportaži zaradio pohvalu zbog lažnog buržujskog (a zapravo socijalističkog) moralnog ustrojstva. Stvar je, naravno, u tome da obojica bezočno lažu, samo što Grlićev film tu laž razotkriva i ironizira, a vaš je list predočava kao neupitnu istinu, ma koliko

ona djelovala komično i iole razumne čitatelje provocirala na porugu. I to je nešto što budi utemeljenu nadu: sustići će vas kletva zatajenog osmijeha.

(Kao još jednu uzgrednost, primjećujem i dodatnu zbrku koju ste proizveli očitjucanjem s imaginarijem socijalizma. Sviđalo vam se to ili ne, iza Josipa Broza stajao je veliki narativ, a iza Ivica Todorića stoji tek veliki kapital. Zašto ste, do vraga, zaključili da se velikom kapitalu može osigurati aura velikoga narativa – i čemu? Tim više što se liberalni kapitalizam, ukoliko ne poprima bastardne oblike, sasvim udobno brčka u ambijentu opisanom kao “postmoderno stanje” (Lyotard) odakle su velike naracije davnih dana službeno prognane. Tito je raspolagao takvom vrstom “društvene” emotivne potpore – naime takvom vrstom moći – da nije morao kupovati ditirambe na svoj račun, pa je otrcano novinsko zapažanje da su mu “jabuke poput djevojaka”, na primjer, moglo pogađati i elemente kolektivne osjećajnosti. Ali ako su “jabuke poput djevojaka” nekome tko nije izvlačio ranjenike preko Neretve, nego je junački otvarao bankovne račune na Kajmanskim otocima, onda je to pokazatelj da veliki narativ, kao priručna krinka krupnog kapitala, može biti samo skraćeni put do farse.)

10 Osobno mi je stoga najupečatljiviji – da ne kažem najuvjerljiviji – onaj dio reportaže u kome vaš zamjenik, pod sugestijom sugovornika, izvodi diferencijalnu analizu o “pametnim” i “glupim” kravama. “Da budem iskren, do sada nisam vodio računa o tome da postoje pametne i glupe krave”, veli on, a onda pojašnjava da je razlikovanje uspostavljeno s aspekta korisnosti, jer, ako imaš kravu, “želiš dobiti najviše od nje”, odnosno: “‘pametna’ te krava košta i dvostruko manje od ‘glupe’”. Navodi i primjer farme muznih krava Topolik, “na koju je Todorić naročito ponosan”: “Tu su krave ranije lijeno davale jedva četiri tisuće litara na godinu, sad su već na osam i nema šanse da se uz ovakvog vlasnika na tome zaustave. Ovdje s kravama ne rade ljudi, nego roboti. Na obližnjoj, ‘glupljoj’ farmi, 48 ljudi zaposleno je na eksploataciji 850 krava. Tu će ih biti dovoljno osmero na 500 životinja. I svejedno će davati dvostruko više mlijeka. Koja je to ušteda!”

Krave su, kao što i sami slutite, samo kamuflaža. Primijenimo li poučak na ljudsku vrstu, dobit ćemo ideološku jednadžbu vladajućeg poretka, svjetonazor što ga uzgajaju vlasnik korporacije Agrokor i vlasnik vašeg lista: “pametni” su oni koje možemo efikasno cijediti, dok su “glupi” oni što se iz različitih razloga opiru intenzivnoj mužnji. Namjera je da se populacija “opameti” u što većoj mjeri.

Gospodine glavni uredniče,

Usprkos relativno obilnom citiranju jedne reportaže namijenjene imbecilima, nije mi namjera baviti se vašim listom i njegovim profesionalnim dosezima. Vaš list kao nekakva autonomna činjenica uopće me ne zanima, štoviše, uzimam ga u ruke krajnje nevoljko, u čudnim mazohističkim seansama. Ali sličan odnos gajim prema svim ostalim dnevnim i tjednim izdanjima u Hrvatskoj. Vaše novine interesantne su mi tek kao simptom, neka vrsta korporativne avangarde koja će, definirajući sebe, najaviti mijene i sudbinu oficijelnog medijskog sustava.

Tim više što vlada opće uvjerenje da se radi o “najrelevantnijem” dnevnom glasilu u zemlji, najuigranijem orkestru hrvatskoga novinarstva, s trubama i činelama koje ponosno bljeskaju sa scene, čitaju ga navodno i oni koji odlučuju i oni koji odluke provode, i oni koji vladaju i oni koji čiste vladarske štale, pa se taj miks populističkog senzacionalizma i lažne malograđanske serioznosti uglavnom ističe kao uzor prema kojemu se treba ravnati. I vlasnik ga drži najelitnijim izdankom svoje kompanije, a dakako i šire, referentnim poljem ovdašnjega političkog, kulturnog i intelektualnog *mainstreama*, i zacijelo o njemu razmišlja s neskrivenim ponosom: Evo, to je najozbiljnije što postoji u ovoj zemlji, to je sasvim drugačije od ostaloga medijskog smeća, koje također štampam ja!

11

Meni je taj koncept u dobroj mjeri odvratn, ponajprije zato što se temelji na ambalažiranju prijetvornosti – jer *simulira* demokratsku širinu dok zapravo promiče široki tupež, jer *simulira* liberalnu toleranciju dok zapravo potiče najniže strasti, jer *simulira* profesionalnu kompetenciju dok zapravo kastrira novinarstvo, itd., itd. – ali, rekoh, sličan problem imam i s većinom ostalih tiskovina, pa mi ne pada na pamet svojim sudovima re-metiti iluziju “općeg uvjerenja”.

Osim toga, otkad je prije nekoliko mjeseci s ovdašnjeg tržišta uklonjen i zadnji konceptualno zaokružen kritički medij, *Feral Tribune*, imam određenih nevolja s prilagodbom, te mi Hrvatska sa svojom javnom scenom uglavnom nalikuje oronuloj domobranskoj kasarni, gdje se obavljaju redovita postrojavanja, služi se narodu i domovini, prebire se krunica, sluša se i šuti, a eventualni prigovori ispuštaju se ispod glasa, u spavaonicama i zajedničkim klozetima. S pravom ćete reći da sam subjektivan, gospodine uredniče, ali to ne znači da biste baš vi mogli pretendirati na objektivnost.

Korporacija koja izdaje vaš list posjeduje 60 posto tiskanih medija u zemlji, pa se točno veli da gospodari tržištem. Ostalih 40 posto pripada

drugoj korporaciji, “protivničkoj”, s vrlo sličnom paletom izdanja, s vrlo sličnim žurnalističkim profilom, te malome broju lokalnih glasila sasvim ograničenog utjecaja. Korporacija Agrokor, pak, najveći je medijski oglašivač u zemlji. Vlasnik vaših novina, kako se procjenjuje, ostvaruje više od deset posto godišnjega prihoda samo od toga što štampa Agrokorove reklame. List koji uređujete, drugim riječima, živi od Todoricevih oglasa, pa je logično što će vaš zamjenik, po vašem nalogu, uzvratiti ljubav sponzoru monumentalnim panegirikom preko tri novinske stranice. Minimalna razlika između klasične reklame i klasičnoga novinskoga teksta ionako je privremena, i to samo u plasmanu, vidljiva po markaciji u uglu stranice.

No, kako su okolnosti hrvatske, slika je još složenija: u vašoj reportaži, osmišljenoj tako da ukaže na feudalnu dimenziju kapitalističkog progressa, na “strast za zemljom”, izostao je spomen o tome da se Todoricev koncern ne bavi samo mušnjom krava i uzgojem svinja, niti pak trguje samo jabukama, lukom i buranijom, nego isti prodaje još mnoge druge artikle, između ostalih i – novine. Štoviše, Agrokor je većinski vlasnik najveće kompanije za distribuciju novina, jedine koja posluje na državnoj razini, pa u tom sektoru drži apsolutni monopol, što će reći da od svakog prodanog primjerka vašeg lista Todoric ubire određeni postotak, prema rabatu koji sam određuje, ili – vjerojatnije – u dogovoru s gazdom vaše korporacije, pošto će mu dio priliva ionako vratiti kroz reklame i plaćene reportaže. Svaki poslovni nesporazum između vlasnika Agrokor i vlasnika vaše medijske kuće rezultira kišom izgubljenih milijuna za obje strane. Za saniranje kriznih situacija i poravnanje dugova služe novinari: oni koji će hrabro svoje tastature staviti u službu korporativnog blagostanja.

Jedno od živopisnijih obilježja tranzicije je što se sinergija između medijske, ekonomske i političke moći – trojstva koje se štiti zakonom spojenih interesa – tehnički realizira prema načelima na kojima je organizirana mafija. Treba li vam primjer, rado ću vam osvježiti sjećanje. Na inicijativu samog premijera, prošle je godine Vlada donijela odluku o smanjenju PDV-a na novine za 11 posto, uz drugarsku preporuku velikim izdavačima da u perspektivi snize cijene svojim glasilima. Godinu dana kasnije, novine su poskupile za blizu 20 posto, jer su vlasnik vaše korporacije i vlasnik distribucijske mreže – koristeći se svaki svojim monopolom – sklopili unosan *deal*. Predsjednik Vlade, koji je radikalnom poreznom olakšicom i jednome i drugom osigurao enormne dodatne profite, može računati na sigurne protuusluge: Todoric će mu pomoći u umjetnom

smanjivanju inflacije i osigurati tko zna kakve privatne financijske aranžmane, a kod vlasnika medijske korporacije imat će široki prostor za otvorenu političku propagandu. Tako nastaje ono što Pierre Bourdieu naziva “strukturnim mehanizmom koji proizvodi manjak morala”. S tim da u zemljama poput Hrvatske nitko od aktera ne osjeća niti potrebu da zaturi tragove. Kao što je to sažeo analitičar istočnoeuropske tranzicije Georgij Viktorov: “Tamo gdje na Zapadu nastupa kirurgija, ovdje rade sjekire.”

Pitate li se gdje je tu vaša uloga, gospodine uredniče? Približit ću vam je još jednim primjerom, koji se nudi kao pozadinska slika vaše reportaže. Nekoliko dana prije nego što ste objavili to adorantsko štivo, jedan je lokalni list postavio precizno pitanje: Koliki je iznos godišnjih državnih poticaja koje Vlada uplaćuje koncernu Agrokor? Novinari su to pokušali saznati u Agrokoru, ali su im odbili odgovoriti, s obrazloženjem da se radi o “poslovnoj tajni”. Pokušali su informaciju dobiti od Vlade i nadležnih ministarstava, ali su također odbijeni. Realan izračun, na osnovu drugih izvora, pokazao je međutim da Vlada pod firmom državnih poticaja svake godine koncernu Agrokor uplaćuje više od stotinu milijuna kuna. I tako cijeli niz godina, uz strogu konspiraciju, jer se razdioba javnoga novca – novca poreznih obveznika – obavlja pod šifrom državne tajne. Začudo, list pod vašim uredničkim vodstvom potpuno je ignorirao tu priču, nije je smatrao vrijednom pažnje niti za usputnu bilješku. Ili možda jest? Ili će biti da je glorifikatorski reportažni zapis o Ivici Todoriću trebao poslušiti i kao odgovor na stotinu i nešto milijuna neodgovorenih pitanja?

Pođemo li od logike regularnog kapitalističkog medija, kakvim se volite predstavljati, dakle od logike ogoljenog senzacionalizma – prema kojoj izvještavanje ima primarno trgovački aspekt, gdje “informacija jest roba”, pa će se forsirati samo ono što se traži na “tržištu” – kako biste mogli objasniti, gospodine uredniče, da podatak o državnim poticajima najbogatijem čovjeku u zemlji, ta slatka vijest o stotinu i nešto milijuna koje država svake godine ulaže u njegov profit, nije dovoljno primamljiva “roba” za vaš list i vaše “tržište”? Racionalno gledajući, svakom bi vašem čitatelju informacija o koruptivnoj sprezi između Vlade i glavnog državnog tajkuna bila neusporedivo zanimljivija od podatka da glavni državni tajkun ljubi vola među rogove a ne među guzove. Bila bi, kako se to veli, izdašnja na “tržištu”. Čak i utoliko što je istinita...

No, čitatelji odavno više nisu vaše tržište. Tržište čine Todorić i drugi krupni oglašivači. Tako i “čitanost” vaših novina – kao i svih ostalih

– ima drugačije značenje od onog koje je nekada bilo uobičajeno. Tako je i vaš urednički manevar naizgled šizofren: postupat ćete protivno zakoni- ma tržišta zato da biste zadovoljili tržište. Uz jedan važan amandman: “tr- žište” je ovdje tek ideološki umiven termin za prostor gdje će vladati pra- vila legalizirane korupcije, a njega može opsluživati samo novinarstvo ko- je je dio istog koruptivnog saveza.

Još je Noam Chomsky zapazio tu neobičnu pojavu da, kupujući no- vine, zapravo ne kupujemo osnovni proizvod medijske kompanije koja ih izdaje. Veliki izdavači odavno ne zarađuju novac od prodaje vlastitih listo- va, dapače, sretni su što ih mogu besplatno staviti na internet, još više: sva- ki primjerak novina što će biti prodan na kiosku podrazumijeva određenu sumu izgubljenog novca. Međutim – čitatelji su proizvod. Medijska kom- panija proizvodi publiku koju onda prodaje oglašivaču, to jest drugoj kompaniji. Vlasnik korporacije koja izdaje vaše novine bavi se zapravo prodajom čitalaca vaše novine korporaciji Ivice Todorića.

I sad, pošto sam vam uzaludno pojasnio infrastrukturu, preći ću na nešto što me uistinu zanima – na novinarstvo, ili barem ono što je od nje- ga ostalo.

14

Gospodine uredniče,

Pijući prije neki dan besposleno macchiato u jednom splitskom ka- fiću, nekolicina mojih kolega i ja – tek da ubijemo dosadu – nagađali smo načine na koje bi reportažu iz vašeg lista satirički “obradili” oni nasmijani tipovi iz *Ferala*, pod pretpostavkom, naravno, da njihov projekt još nije upokojen. Prva ideja bila je načiniti persiflažu: reporter u helikopteru prati vlasnika vaše korporacije, a ovaj mu, odozgo, dok zrakomlat šamara oblake, skreće pažnju na detalje svoga medijskog carstva. “Vidite ovo dolje, to je naše, to smo sada kupili... Pogledajte, onaj regionalni list dolje, to je sad isto naše, to ćemo sve sjebati pa ispočetka, ali u formi tabloida, jasno... Eno ono tamo, iza psihijatrijske klinike, tamo su nam ženske revije, na njih sam naročito ponosan. Mi već sad proizvodimo 98 posto hrvatskih ženskih revija, a do kraja sljedeće godine predviđamo 136 posto...” – uz- buđeno bi objašnjavao medijski magnat. Posebno bi se osvrnuo na moder- nizaciju tehnološkog procesa kojom se iz dana u dan smanjuje broj “glu- pih” novinara u odnosu na one “pametne”: “‘Pametni’ novinari nam sada proizvode desetak kartica teksta dnevno, pišu koliko hoćemo i kako hoće- mo. ‘Glupi’ novinari pišu višestruko manje, i pritom još koriste vlastiti

mozak, što usporava proizvodnju i osjetno snižava kvalitetu. Tako da su nam 'pametni' novinari neusporedivo jeftiniji. U što skorijem razdoblju namjeravamo se potpuno riješiti 'glupih' i upošljavati samo 'pametne' novinare. Koja će to ušteda biti!”

Ideju smo ubrzo odbacili kao otrcanu, a nakon kraće rasprave postigli konsenzus: reportažu iz vašeg lista, u kojoj se obogotvoruju lik i djelo Ivica Todorica, šaljivdžije iz *Ferala* sasvim bi sigurno prenijeli od riječi do riječi, bez ikakvih intervencija, zajedno s fotografijama i redakcijskom opremom! Bio bi to materijal koji pripada klasičnome satiričnome žanru, a satira se, kao što znate, temelji na neumjerenosti i pretjerivanju.

Kontekst *Ferala* činio bi to štivo apsurdnim i smiješnim, dok mu kontekst vaših novina pokušava jamčiti mistifikatorsku ozbiljnost. To će reći da bi se u primjerenom kontekstu sam tekst pokazao *onim što on uistinu jest*, iz svake rečenice vrištala bi poruka “pozor, ovo je laž i idiotska propaganda! ovo mogu popušiti samo umno zaostali!”, dok u vašem listu ta ista laž i ta ista propaganda imaju ambiciju da im se vjeruje bez ostatka.

Ta jednostavna spoznaja, uostalom, bila je motiv za ključnu intervenciju koju je poduzela hrvatska medijska industrija: uklonila je svaku vrstu neželjenog konteksta!

Zabavlja me naizgled paradoksalno otkriće, gospodine uredniče, kako nestanak lista koji nije gajio kompromise i jezičnu nježnost koincidira s nestankom zadnjih medijskih skrupula i nečega što smo davno nazivali “boljim običajima” kada je u pitanju javni prostor. Neometanost omogućava akceleraciju, ergo – propaganda postaje sve bezočnija i zato što su skršeni punktovi otpora koji bi je slasno ismijavali. No to bi, držim, moglo polučiti zgodan bumerang-efekt, koji će se vama vjerojatno doimati budalastim i naivnim, ali meni zasigurno neće, pošto sam – za razliku od vas, koji ste biće budućnosti – ja u budućnost istinski zagledan, pokušavajući u njoj nazrijeti kakvu pukotinu, ne bi li se kroz nju provukla poneka živa glava. Gdje je pukotina? Iskustvo nas uči da pukotina obično nastaje kada propagandisti počnu iskazivati iskrenu vjeru u svoje opsjene, spuštajući se tako ispod razine onih koje superiorno brifiraju i, što je mnogo važnije, ispod razine *vlastitoga nesuvjesnog*.

Naime – što ako je “feralovski duh”, duh sprdnje i bespoštednog izrugivanja, poput Matrixa inkorporiran u oficijelne i korporacijski prihvatljive medije, samo što je ta sprdnja sadržana baš u njihovim najozbiljnijim dionicama? Što ako je to tako prosto, gospodine uredniče?

Ako bih se, u duhu te sprdnje, prisilio izražavati kroz formu parastručnih aksioma, kazao bih to ovako: Trenutak kada (medijski) sustav počinje raditi na samouništenju – bez obzira koliko će dugo taj proces trajati – onaj je kada odluči prinositi na javni uvid svoju karikaturu, a da toga nije svjestan. Od tada se svakim činom svemoćnoga gutanja dohranjuje i unutrašnje sjeme autodestrukcije. Halapljivost – pogonska snaga kapitala, u tranzicijskim uvjetima još i oslobođena zakonskih stega – zbog koje su s medijske scene uklonjeni kritički i ironijski korektivi, zbog koje je *kontekst* učinjen vojnički jednoobraznim, dovest će do toga da se sustav uruši u vlastitoj parodiji. Nastupit će ono što je Jean Baudrillard označio kao “Pakao Moći”.

16 Novi medijski zamah, što ga vaša korporacija slavodobitno predvodi, stoga doživljam kao pedantno režiranu vojnu paradu (oprostite zbog militarnih metafora, uredniče, ispada da me svaka misao na vas tjera da se latim oružja), a grandiozne parade bile su prvi vidljivi znaci truljenja imperija. Vojna parada, u svojem prešućenom značenju, samo je ekstatični žal za izgubljenim ratištem. Ono što je bilo opasno, najprije održava privid snage kroz formu spektakla, a kako sugestivna moć spektakla postupno erodira – postaje komično. Ako bude sreće, uniformiranom organizmu hrvatskih medija – što maršira pred publikom kao bezbrižna ideološka kreatura – doći će glave upravo satirička supstanca koju nosi u utrobi kao neželjeno potomstvo.

To ne znači, gospodine uredniče, da vašim novinama i izdanjima vaše medijske kompanije prijeti fizički nestanak ili išta slično tome, dapače: slijedi im ona vrsta sveprisutnosti i *utjecajnosti* kakvu imaju reklamni leci za lokalne pizzerije što ih pronalazimo u poštanskim sandučićima.

Poštovani uredniče,

Par dana nakon famozne reportaže, u vašem listu objavljen je intervju s premijerom Vlade Republike Hrvatske, Ivom Sanaderom, naravno preko tri stranice, a vodio ga je poznati hrvatski pisac, Miljenko Jergović, zaposlenik vaše medijske kuće, također zadužen za posebne korporativne misije. Imali ste potrebu urednički istaknuti baš tu činjenicu javnoga sparivanja pisca i političara, pa je i oprema teksta osmišljena s tom svrhom – nadnaslov: “Hrvatski književnik razgovara s hrvatskim premijerom” (!) – uz pregršt fotografija na kojima akteri zaljubljeno gledaju jedan u drugoga, s onom vrstom uzajamnog uvažavanja koja se opasno približava poljup-

cu. Tako ste i medij koji uređujete privremeno lišili karaktera, oslobodili ga minimalnih obveza prema profesiji, pretvorivši ga u puki nosač dvojice velikana.

Dogodilo se, dakako, to da je Jergovićev intervju sa Sanaderom ispao manje stvaran od onoga što ga je, nekih pola godine ranije, komentator vašeg lista načinio s lažnim premijerom. Tada je, podsjetit ću vas, spomenuti komentator poslao premijeru pitanja na pogrešnu mail-adresu, a tamo se zatekao netko dovoljno vispren da sroči odgovore koji će u svim detaljima podražavati Sanaderovu ispraznu frazeologiju, pa su vaše novine to objavile i zatele se usred jednog ljekovitog skandala. Za razliku od vaše likujuće konkurencije, tada sam svim srcem podržao konceptualni čin koji se dogodio, naročito njegov blagi teroristički okus, jer je razobličio svakodnevni jezik političke i medijske laži, te pokazao, između ostaloga, “da svaka pizza može biti hrvatski premijer”. Jedina moja zamjerka nevoljnome komentatoru odnosila se na to što je najveći doseg svoje novinarske karijere postigao bez imalo svijesti o onome što čini.

Miljenko Jergović je u tom smislu više nego osviješten, jer zna da sudjeluje u izvrsnom konceptu: umjesto nepostojećeg premijera dobili smo nepostojećeg novinara. On je tu tek da autoritetom “hrvatskoga književnika” pridonesu izgradnji spomenika “hrvatskome premijeru” što ga je naručio vlasnik vaše korporacije. U zemlji čiji građani stenju od siromaštva, gdje je korupcija zadobila status legalnosti, gdje se dnevno bilježe neofašističke provokacije, gdje se institucionalno veličaju ratni zločini, gdje se srpskim povratnicima masovno devastiraju tek obnovljene kuće, gdje politička klasa nesmiljeno otima narodna bogatstva, gdje je pravosuđe u potpunom rasulu, gdje ćete umrijeti ako niste bogati jer zdravstveni sustav ukida pravo na skuplje lijekove... intervjuist političkome vođi, kreatoru takvog stanja, postavlja pitanja koja ću vam ovdje pedantno ponoviti, uz napomenu da ih navodim točno onim redom kako su postavljena u intervjuu, bez interveniranja u njihov sadržaj:

1) “Pomišljate li da vam ulazak u politiku, osobno gledajući, i nije bio najpametniji potez u životu?” 2) “Je li vam žao što se niste ozbiljnije bavili književnošću?” 3) “Koja je posljednja knjiga koju ste pročitali?” 4) “Dakle, lažu oni koji kažu da nemaju vremena za čitanje jer previše rade?” 5) “Publika vas, uglavnom, doživljava kao arogantnog čovjeka. Vrijeda li vas to?” 6) “Podrijetlom i odgojem ste iz tradicionalne katoličke obitelji. Je li vam se moglo dogoditi da završite među svećenicima?” 7) “Dakle, ni-

ste osjetili unutrašnji, intimni, signal te vrste?” 8) “Kako se dogodilo da iz jedne siromašne težačke obitelji svi krenete na visoke škole?” 9) “Kakav je bio vaš otac?” 10) “U vrijeme vašeg djetinjstva Split je bio percipiran kao crveni, ljevičarski grad. Jeste li vi u tom Splitu bili desničarska obitelj?” 11) “Što ste iz roditeljskog doma ponijeli kao saznanje o ustašama?” 12) “Jeste li se igrali partizana i nijemaca?” ...

Na zadnje pitanje premijer je odgovorio da se kao dječak nije igrao “partizana i nijemaca”, nego se igrao “kauboja i indijanaca”... Čitatelji su dirnuti do suza. Ili su suze ipak od smijeha? Svakako ih je morala na neki način emotivno potaknuti ta bezuba usrdnost, vještina da se odstrani i sama naznaka ikakve kritičnosti, e da sugovornik ne bi bio inkomodiran dok iznosi građu za svoju spomeničku javnu figuru, a pisac, osim iskaza ljigavog udvorničtva, zadužen je tek da izvuče poneki bizaran detalj koji će priložiti malograđanskoj dokolici. Stanovite skupine možda su se i zamislile nad cijelom operacijom. “Odakle im tolika sigurnost da smo baš svi mentalni bolesnici? Što ako nismo? Što ako se neki od nas samo lažno predstavljaju?”

18 Kako bilo, Ivo Sanader, koji je reformirani Tuđman, u Jergoviću je dobio svoga reformiranog Ivana Aralicu, što samo znači da Tuđman i Aralica nisu prevaziđeni, nego su dovedeni do točke svoje konačne eksplikacije. Ne može se reći da je nova sentimentalno-intelektualna veza “Pisac & Vladar” – isturena i zato da bi se skrenula pažnja s bračne zajednice “Novine & Vlast” – kreirana *ad hoc* i da se na njoj nije predano radilo: neposredno uoči zadnjih izbora Jergović je u vašem listu odstrijelio Zorana Milanovića, glavnog Sanaderova konkurenta, i to s lažnom optužbom za šovinizam. A budući da je Sanaderova stranka izrasla na šovinizmu, za razliku od Milanovićeve, koja mu se donekle suprotstavljala, kritika, računajući na ozbiljnost, sadrži samoironičnu paklenu napravu.

Primjeri koje navodim, gospodine uredniče, gdje vaše novine herojski uspijevaju ne prepoznati satiru koju proizvode na vlastiti račun, zavedene tlapnjom da su čitatelji ozbiljna sorta, samo su naizgled kardinalni, i tiču se kurentnih nositelja političke i ekonomske moći, no mogao bih vam navesti sijaset sličnih, čak ih razvrstati po rubrikama: kultura, sport, crna kronika, spektakli, auto-magazin, TV-vodič, poljodjelstvo... Pisac koji je načinio antologijski intervju s premijerom, recimo, napravio je preko dvije novinske stranice lirski prikaz filma koji je snimljen prema njegovom romanu i kojemu je bio koscenarist. Zaključio je da je taj film

jako dobar, čak odličan, a svatko tko ga pažljivije pogleda shvatit će da je ustvari genijalan. No, najzanimljiviji je razlog zbog kojega pisac piše prikaz opsega dviju novinskih stranica: on sam navodi da je to zato jer je spomenuti film – inače jako dobar, odličan, genijalan – “medijski potpuno prešućen”!

I opet smo u potrazi za čitateljem s odgovarajućom mentalnom opremom: onim koji će čitati lirski prikaz fenomenalnog filma, preko dvije novinske stranice, i istodobno vjerovati da je taj film “medijski potpuno prešućen”. Moglo bi se reći da se radi o idiotu, ali stvar je ponešto složenija – uzoran korporacijski medij od svojih čitatelja traži da budu idioti, ali ih ne može na to prisiliti, pa će one koji to jesu otprve pogoditi u žicu, a one koji to nisu pokušat će shrvati činjenicom da (više) nemaju objektivnu mogućnost izbora, da je medij koji im je dopao u ruke isti kao i svaki drugi. Pošto je *uklonjena svaka vrsta neželjenog konteksta*, njima preostaje odustanak ili sarkazam. (Energija koja se derivira iz sarkazma, doduše, nije tako bezopasna, s njom bi se možda i dalo nešto učiniti kada ne bi bila žalosno atomizirana: onaj tko nije idiot obično je prokleti individualac, teško upotrebljiv za organizirane vidove otpora.)

Uz prostačku inverziju koju je poturio raspjevani kapital, odnosno vladajući sustav eksploatacije, medijski su konzumenti – poput krava, ili novinara – također dakle podijeljeni na “pametne” i “glupe”. “Pametni” su oni koje možemo efikasno obmanjivati, dok su “glupi” oni što se iz različitih razloga opiru intenzivnoj propagandi. Namjera je da se publika “opameti” u što većoj mjeri.

Ipak, slutim da postoji granica do koje vrijeđanje inteligencije ostvaruje učinak, a nakon koje postupak luči vlastitu štetu, u čije razmjere zasad nije pametno ulaziti. Moj je dojam, gospodine uredniče, da je ta granica pređena, a ako se varam, svakako vam neću polagati račune. U to me uvjeravaju sve veće skupine “glupih” čitatelja koji svoje izlaganje medijima znaju popratiti verbalnim potvrdama pripadništva svojoj kategoriji: “Baš da vidim kakve gluposti pišu u današnjim novinama...” Takvi više i ne očekuju da ih novine upoznaju sa stvarnošću, nego se preko novina sklanjaju od stvarnosti, pa – uz šalicu jutarnje zlobe – žude za tim da im se, umjesto informiranja o događajima, *dogodi informiranje*.

Možemo samo maglovito naslućivati koliko “glupih” čitalaca vaše reportaže o Njegovome Veličanstvu Ivici Todoriću, osuvremenjenom epu o “ljubičići bijeloj”, i autora i glavnoga junaka smatraju nekom vrstom

retardiranih provokatora, likovima koji će ih na časak izvesti iz svakodnevne čamotinje, pobuđujući u njih bijes ili smijeh, bilo kakvo stanje drukčije od letargije. Bijes je, naravno, uzaludan, ali smijeh – taj u svojoj potmulosti znade biti dosta gadan. Možete ljude tretirati kao budale, i čak biti znatnim dijelom u pravu, ali nije mudro zanijekati im sposobnost poruge.

Gospodine uredniče,

Vraćajući se vašoj famoznoj reportaži, ne mogu da se ne prisjetim sličnoga slučaja koji je prije nekoliko godina bio na dnevnom redu, ali u svome praobliku. Novinarka jednog dnevnog lista honorarno je radila kao “medijska savjetnica” šefa jedne kompanije, i za to primala redovitu mjesečnu naknadu, no “medijsko savjetništvo” svodilo se na to da u svojim novinama kontinuirano objavljuje članke u kojima se veličaju poslovni uspjesi rečenoga menadžera. Kada je priča provaljena (*Feral*), očekivala se osuda i sankcija od strane profesionalnog udruženja, a dogodilo se suprotno: žurnalistica je izabrana za predsjednicu Sindikata novinara Hrvatske. Dogodila se kolektivna identifikacija s korupcijom. Ipak, tada se to još vodilo pod stavkom “afere”.

Sada, na djelu je ista vrsta transakcije, samo što je posao propagiranja dogovoren na samome vrhu: vlasnik vaših novina naručio je hvalospjevero najvećem oglašivaču i svome poslovnom partneru. Novinar više nije autonomni počinitelj delikta, ali mnogo važnije je da se to što on čini više ne tretira kao delikt, nego kao podrazumijevajući dio njegova posla. Ono što se u tradicionalnom doživljaju novinarstva smatralo najodiosnijim, čega su se profesionalci najviše grozili – širenje plaćeničke propagande – postalo je pretpostavka za bavljenje novinarskom strukom. Novinarstvo se tako prilagodilo pravicima općedruštvenog napretka: preživljuje kao vlastita parodija.

Naposljetku, ne možemo sa sigurnošću reći da novinar, šireći plaćeničku propagandu, obmanjuje javnost. Kao i u marketingu, tu vrijedi logika mita, na koju je ukazao Boorstin – za mitove ne možemo tvrditi ni da su istiniti ni da su neistiniti, i nije važno vjerujemo li im ili im ne vjerujemo. Oglašavanje i mitologija su izvan kategorija istine i laži. Aplicirajući jezik marketinga na strukturu novinskoga teksta, uređivačka politika vašeg lista odavno se svela na agresivno mitotvorstvo. Sa svakom novom stranicom odvodite čitatelja dublje i dublje u neoznačeno *mitsko polje*.

Moguće je, gospodine uredniče, da u svoj toj žurbi niste prepoznali glavno svojstvo medijskoga marketinga (pogotovo u domaćim okolnostima, gdje su pravila igre takva da pravila nema), a to je njegova *kancerogenost*: sposobnost da se širi poput raka i – najprije u nagovještajima, a zatim sve odlučnije – distribuirati reklamne elemente u tkivo koje bi trebalo imati upravo suprotna svojstva, sposobnosti detekcije, demistifikacije, razotkrivanja i pronicanja. Naravno, nužno je imati žurnalističku bazu koja će podatno, bez otpora, prihvaćati prodiranje bolesti, a kada oboli u dovoljnoj mjeri – proglasit će se konačno zdravom, jasno, jer boluje od propagande.

Predsjednik uprave vaše kompanije u tom smislu voli govoriti o “proizvodnji sadržaja”, šireći slatkasti misterij o nekakvoj industrijskoj skrbi za intelektualni život zajednice, o stanju duha koje će se modelirati učincima kreativne tehnologije i rasplodnoga kapitala. No, što bi to uistinu bila naizgled ideološki bezinteresna “proizvodnja sadržaja”, osim što izražava ciničan prezir prema autorstvu? Što ona podrazumijeva, osim namjere da se publika u što kraćoj jedinici vremena zaspe što većom količinom informativnih bespotrebnosti, na valu trenda što ga je skupina autora pod kodnim nazivom Critical Art Ensemble opisala kao “prelazak s ekonomije potrebe na ekonomiju žudnje”? Iskustvo vlastite kože svjedoči da se tu prije svega podrazumijeva nestanak obzira prema bilo kakvom obliku vjerodostojnosti – nekadašnjoj Božjoj zapovjedi javnog informiranja – a daleko od toga da možemo računati na nekakvu “industrijski” ili “tehnološki” ispeglanu neutralnost i odsustvo tendencioznosti samog “sadržaja”.

Želite primjer, gospodine uredniče? Nedavno je vaš list objavio informaciju, pozivajući se na “pouzdana izvor”, da će sadašnji predsjednik Republike, Stjepan Mesić, na sljedećim parlamentarnim izborima biti kandidat opozicije za premijera. Iste večeri pred televizijskim kamerama sam je Mesić nedvosmisleno demantirao vijest, kazavši da je to obična glupost i da mu ne pada na pamet, nakon predsjedničkog mandata, kandidirati se za premijera. No, dva dana kasnije, kao da demantija nije ni bilo, čak su četvorica – četvorica! – komentatora vaših novina osuli drvlje i kamenje po Mesićevim premijerskim ambicijama! Možete li pretpostaviti, uredniče, što se zbiva u glavi čitatelja, koji je dva dana ranije odgledao televizijski demanti, dok konzumira žestoke kritike na račun Mesićeva poteza, za koji je on kategorično rekao da ga neće povući?

Kao slobodni građanin, “glupi” čitatelj, imam pravo na pomisao da je u ovome slučaju koreografija “proizvodnje sadržaja” bila lišena grešaka i ne-

zgrapnosti. Što ako je *netko važan* pomislio da bi Stjepan Mesić, kao eventualni premijerski kandidat, doista mogao donijeti prevagu opoziciji na predstojećim izborima, pa onda – iz predostrožnosti – *naručio* vijest-varalicu i prateću baražnu vatru kritike, te unaprijed osujetio takav mogućí rasplet? Na taj se način koristi “pouzdana izvor” da bi se dobio “pouzdana ishod”. Na taj se način “proizvodi sadržaj” koji nema ambiciju upoznati nas sa stvarnim događajem, nego – naprotiv – spriječiti njegovo stvarno događanje.

Ignacio Ramonet primijetio je da nam se mediji više ne obraćaju kako bi nam prenijeli objektivne informacije, nego “kako bi osvojili naš duh”. Nešto precizniji bio je Joseph Goebbels: “Ne govorimo kako bismo nešto rekli, nego kako bismo postigli određeni učinak.”

Gospodine glavni uredniče,

Uniformirani medijski prostor, s kojega su uklonjeni kritički i ironijski dezeni, funkcionira poput demokratske vlasti bez opozicije, koja ne može drugo nego podivljati i prolupati od svemoći, te tako – dugoročno – raditi u korist vlastite sahrane. Taj autoritarni odjavni ples praćen je himničkim napjevima o demokraciji i slobodnome tržištu, ali radi se o tome da sve zakletve podrazumijevaju skriveno parodijsko značenje: tržište je utoliko više liberalno što u većoj mjeri smanjuje mogućnost jednakih šansi. Tu se “pametnima”, za razliku od “glupih”, smatraju oni koji ne pružaju otpor, dakle oni koji imaju najmanje afiniteta prema korištenju razuma u osobne svrhe.

Ekperimentalno je to lako potvrditi: iznesete li nekoliko dovoljno otrovnih i zlobnih invektiva na račun slobodnoga tržišta, bit ćete s toga slobodnog tržišta promptno izgnani, te tako dokazati da tržište nije slobodno. No imat ćete nerješivih problema s predočavanjem dokaza, jer osim slobodnoga medijskog tržišta ne postoji prostor gdje nešto možete slobodno reći, a da se to doista i čuje. Šifra za razumijevanje sustava je Helle-*rova Kvaka 22*.

Nije slučajno što su upravo oglašivači, nepokolebljivim bojkotom, deratizirali kritičke glasove s medijskoga tržišta. Očistivši ga, tržište postaje svojevrsnim poprištem opscenosti: teren koji se, napokon pod totalnom kontrolom, može početi destruirati od učinka unutrašnje nekontroliranosti. Njihov je vizionar – kojega, srećom, shvaćaju doslovno – umjetnik apsurda Stuart O'Neill: “Igramo na sve ali ništa!”

Podsjećam vas, gospodine uredniče, da su totalitarne strategije demokratskih poredaka bitno drugačije od onih u diktaturama. One ne po-

čivaju na zabranama, nego na manipuliranju i efikasnom onemogućavanju, uz istodobno širenje uvjerenja kako je sve dozvoljeno. Ako ono što je dopušteno nije i moguće, znači da je ta neuklopljenost rezultat vlastitog defekta, “nespremnosti na izazove novog doba”, ili čak “izazove slobode”. Sustav je indiferentan u svojoj nemilosrdnoj širini. Kada ulogu policije preuzme tržište, vlast je odterećena od grijeha, jer ne može imati utjecaja na “višu silu”. Njezina ideološki nadređena pozicija temelji se upravo na “nekompetentnosti”.

Vladajući poredak tako dokida slobodu propagirajući sve vrijeme njezin *diskurs*. Sustav eliminira svoje neprijatelje uz svete parole kako oni ne mogu postojati. Jedino otvoreno pitanje je – hoće li se sustav uspjeti zaštititi od samog sebe?

Tu bih, kao vodu na svoj mlin, prizvao u pomoć markantne prizore. Smaknuvši neposlušnu dvorsku ludu, kralj je, umjesto krune, nataknuo njezinu kapu... Poslavši gospođu Jennie Lebel na Goli otok, vlast se službeno uselila u njezin vic... Eliminiravši *Feral*, korporativni žurnalizam izražava se kroz njegove izrugivačke forme, te započinje spor ali siguran obred samoubojstva...

Slutim, uredniče, da će izlaz iz savršene klopke, iz zatvorenog kruga hellerovske *kvake*, biti upravo “Pakao Moći”, slatka agonija koju ste nepogrešivo najavili svojom reportažom. Takvih će bez sumnje biti sve više i više, pa imamo razloga za smirenost – što gore, to bolje. Odustavši od samokontrole, koja je tako naporna bez tuđe pomoći, prepustivši se bujici pretjerivanja i neumjerenosti – što je, u drugome kontekstu, klasičan recept satire – započeli ste, ufam se, neumitni proces *satiranja* vlastite uloge. Prebacili ste konopac preko grede, što bi se reklo, i sada samo treba strpljivo čekati da završite preostale poslove i sretno se zanjishete, skupa s odorom, odlikovanjima i zlatnom korporacijskom karticom.

Ista svjetina koju ste se trudili preparirati, razgaljeno će pljeskati pred vašim lešom, jer ste – opijeni nadmenošću – precijenili karakter i energiju njezina učešća. Svjetina se uvijek adaptira na nove okolnosti brže od onih koji okolnosti kreiraju. Svjetina, kao što ste mogli zapaziti, prelazi s bratstva i jedinstva na sirovi šovinizam munjevitom odlučnošću. Svjetina i nema drugi nagon osim da se prilagodi nazočnosti novome svečanom smaknuću. Uostalom, kao čovjek medija, i to moćnog medija, više ste od drugih pridonijeli tome manjku kolektivne odgovornosti – u vašim se statistikama, tiražnim listama i poslovnim bilancama nakupine ljudi od

kojih ste naumili načiniti proizvod ispravno nazivaju “publikom”. Oni će uvijek biti publika, dragi moj, nikad sudionici. To je njihovo prokletstvo i njihov privilegij.

Poštovani uredniče,

Vidim vas kako s elegancijom purana kročite hodnicima tamnosivog zdanja korporacije, koraci su vam kratki i sigurni, susrećete široke osmijehе onih koji vam se sklanjaju s puta, i vi se smiješite ali mnogo manje određeno, u desnici je veliki rokovnik s koricama od brušene svinjske kože, na ljevici *rolex*, sve rjeđe vlasi kose pažljivo su raspoređene po tjemenu, spustili ste se s višega kata prema dolje, u takozvani novinarski pogon, u golemoj sali iza titravih ekrana meškolje se “proizvođači sadržaja”, koketno zbijeni jedni uz druge, pogledavaju u vašem smjeru s loše prikrivenim strahom, “kako li je šef danas raspoložen?”, “smijemo li mu prići ili ne?”, “obukao je bordo kravatu – što bi to moglo značiti?”, pogledom obuhvaćate tu tihu smjesu suvremenih bića i suvremene tehnologije, hiperdizajnirani radni logor ograđen pločama od zatamnjenog stakla, “proizvođači sadržaja” vrijedno kljuckaju po tastaturama, to je vaša tvornica sadašnjosti, tu se na traci izbacuju argumenti za razumno slavljenje statusa quo, masivni filodendron u uglu sale stvara varljivi dojam da unutra ima tragova života... Uskoro će vam donijeti prve četiri stranice lista na uvid, one se uglavnom sastoje od signalizacije, strelica gore – strelica dolje, plusevi i minusi, masno otisnuti uskliknici i upitnici, izjava dana sa stiliziranim navodnicima u rasteru, dobra vijest – loša vijest, pozitivna ličnost – negativna ličnost, *in* i *out*, tablice i grafikoni, postotci i trendovi, anketa dana, apel dana, brojka dana, te stranice nalikuju šumi putokaza i saobraćajnih znakova na mjestima gdje se autocesta ulijeva u veliki grad, desno za centar – lijevo u vražju mater, funkcioniraju poput dimnih signala što su ih indijanska plemena slala s jednoga na drugo brdo, “neprijatelj na vidiku”, “kiša dolazi”, “krdo bizona na visoravni”, stvarnost treba predstaviti u prostim porukama, “jednostavnost! jednostavnost! jednostavnost!” – uzvikuje vlasnik korporacije, publici treba novosti uliti u glavu, nacrtati joj što da misli, predočiti joj čega da se boji, usput ćemo obaviti senzacionalno vizualno poniženje teksta, prognati složene rečenice, ukinuti detalje i nijanse, riješiti se svih tih časopisnih preseravanja, odstraniti sve što bi poticalo na razmišljanje drugačije od klimanja ili odmahivanja glavom, uposliti “pametne” umjesto “glupih” novinara... Sa suzdržanim ponosom

promatrate mravinjak “proizvođača sadržaja”, krotkih trudbenika koji pribavljaju opravdanja za već postavljenu mrežu signalizacije i upozorenja, upućujete im onaj ledeni *opći pogled*, s tendencijom da ne prepozna ni jedno pojedinačno lice. Dobro vam je poznato da novinari odavno nisu junaci holivudskih filmova, koji istinom spašavaju pravdu i pridonose dostojanstvu ljudskih zajednica. Sve češće ih vidimo samo u masovnim scenama, kao pulsirajuće simbole medijskih mašina. Poput onih podzemnih radnika – uposlenih na miješanju i pakovanju droge u nekoj garaži u Bronxu, ili na montaži ilegalnih nuklearnih projektila u kakvom meksičkom napuštenom rudniku – za koje je Žižek primijetio da su podsvjesni izraz službenoga (dakle holivudskog) doživljaja *radničke klase*, a redatelj ih smještaju u kratke kadrove tek da bi nam dočarali logistiku zla.

Ali ako ste nadzornik u suvremenom radnom logoru, gospodine uredniče, nemojte povjerovati da se ičim doista izdvajate iz toga bezličnog pogona. Primijetili ste da vam se u ovom pismu ne obraćam imenom. Istini za volju, ime vam i ne znam. Nije mi palo na pamet pretraživati impresum vašeg lista i otkrivati izlišnosti u nonparelu. Kao da krojenje medijskih koncepcija i tzv. uređivačkih politika ima više ikakve veze s (nekadašnjim) uredničkim ili novinarskim vokacijama. Najtočnije bi bilo reći da vam se obraćam zato što ne postojite. Tek kao nitko i ništa nametnuli ste se suvremenom tržištu kao adekvatna uređivačka osobnost.

Pošto ste zakoračili u doba bezbrižnosti, pravo je vrijeme da se počnete brinuti. Ali to ne možete, naravno, jer vas obavija sve gušća magla samodopadnosti. Nešto kao siva zona ljubičice bijele. Smanjena je sposobnost zapažanja i sitni događaji ostaju bez objašnjenja. Otkud rajčice i trula jaja na staklenome zidu korporacije? Otkud ptičji drek na bordo kravati? Otkud taj prljavi pamflet u marginalnom časopisu, otkud uopće taj časopis? Pa još i povremeni podli smijeh iza vaših leđa: ljudi se zlobno hihoću nad otvorenim novinama, iako ste im objasnili stvarnost na najozbiljniji mogući način. Tja, takve više i ne hapse... Hoću reći, gospodine uredniče, da će uvijek biti onih koji znaju pisati i, važnije, onih koji znaju čitati. Kanali njihove međusobne komunikacije dovoljno su sporedni da im ne možete dokučiti logiku. Pošto slute kamo srlja moć bez busole, oni će položiti krizantemu na svaki vaš novi medijski uspjeh. Dajem vam časnu reč.