

# Šta će Россия Сегодня u Srbiji?

Slobodan Reljić<sup>1</sup>

Učiteljski fakultet, Univerzitet u Beogradu

doi:10.5937/comman1432043R

**Rezime:** Rad razmatra nastup ruskog državnog medijskog sistema kao prvi ozbiljan i direktan udar na globalni monopol zapadnih „slobodnih medija“, pre svega CNN i BBC. Utvrđuje se i da je Россия Сегодня najava pluralizacije medijsko propagandne realnosti u svetu duboke krize. Sve se više oseća i prisustvo kineske CCTV. Analizira se uloga globalnih elektronskih medija kao tzv. meke sile u sve zaoštrenijim sukobima velikih sila, kako će to uticati na demokratiju koja je postala svetski politički sistem te kako će ove tektonske promene uticati na javna mnjenja malih zemalja kao što je Srbija.

**Ključne reči:** manipulacija, propaganda, princip publiciteta, balkanizacija, medijske slike, anti-CNN

## Uvod

Devedesetih godina prošlog veka misao da će se na Istoku pojaviti medij koji bi mogao da konkuriše *BBC-iju* i *CNN-u*, smela bi da bude glasno izrečena samo u ludnici. Toliko je bio težak poraz socijalističkog Istoka, simbolički predstavljen na medijsko-propagandnom planu kao obračun kod Berlinskog zida, a pred „slobodnim medijima“ zapadnog sveta. Četvrt veka kasnije hamburški *Špigl* (Der Spiegel), vodeći politički magazin u svetu, konstatuje da je „ruski predsednik Vladimir Putin stvorio anti-CNN za zapadne gledaoce“; da „u Vašingtonu, 13 puta više ljudi gleda taj ruski program nego nemački ekvivalent Dojče vele“; da „dva miliona Britanaca redovno gleda taj kanal Kremlja“; da je „njegova internet prezentacija uspešnija od svih takmaca“ i da je „u junu (odnosi se na 2013, prim. S.R.) *Russia Today* dostigla rekord na *YouTube-u* postavši prva TV-stanica koja je imala milijardu gledanja svojih video-klipova”.

---

<sup>1</sup> Kontakt sa autorom: relicars@gmail.com.

Tom ratu „protiv anglosaksonskog monopola” pridružio se i Lari King (Larry King), legenda američkog radio i televizijskog novinarstva. King je pre toga četvrt veka bio brend-lice *CNN*-a. „Najpoznatiji američki TV-intervjuer prebegao Rusima”, pisao je londonski *Tajms* (*The Times*) maja 2013, aludirajući upotrebljenim glagolom na hladnoratovsko dezerterstvo, što se podsećanja radi, tada dešavalo uglavnom, među špijunima. Oni koji današnju zategnutost odnosa Istok-Zapad porede s hladnim ratom, bude jake asocijacije u publici, ali suštinski greše. Jer hladni rat je bio sukob dva bloka u gardu, čuo se zveket oružja, ali uglavnom kao folklor ustanovljenih odnosa. Danas je zveket mnogo rizičniji. Manje je pod kontrolom, jer igrači nemaju jasan pregled igre. U toku je rastakanje *Pax Americana*, završava se stanje monopolarnosti u međunarodnim odnosima, a kad opada moć Imperije i ona se suočava sa gubitkom kontrole nad svim polugama moći, onda tu više nema rutine. Potezi su pre grozničavi, polukontrolisani i sve manje predvidivi. *Russia Today*, sada već jednostavno *RT* (Ar-Ti), simbol je prve velike pobune u sferi globalne medijske manipulacije.

U *propagandnom* medijskom modelu, kako su osamdesetih godina Noam Čomski (Noam Chomsky) i Edvard Herman (Edward S. Hermann) ubedljivo okarakterisali i imenovali stanje u medijskom sistemu – a koji se dotad kretalo između autoritarnog i liberterijanskog modela, gde je ovaj drugi postavljan kao veliki cilj zapadne demokratije – „slobodni” i „nezavisni” mediji su već istorijska činjenica: „Proizvodi medija pretvaraju se u robu i dizajniraju tako da služe ciljevima tržišta, ne potrebama građana. Mediji komercijalizacijom i centralizacijom povećavaju i svoje zaštitne moći u okviru svake zemlje, i to rastućom kontrolom nad protokom informacija, političkim uticajem i sposobnošću da postavljaju medijsko-politički program rada (koji se usklađuje sa programima oglašivača i korporativne zajednice u celini)” (Herman i Mekčesni, 2004: 16).

Taj kompleksni proces, koji za rezultat ima činjenicu da je uticaj korporativnog kapitala na političke odnose, i nacionalne i internacionalne, dominantan, medije je doveo u ulogu da im je sasvim sporedno informisanje građana i nekad toliko isticana „pomoć u dolaženju do istine i kontroli vlade” (Reljić, 2014: 251). Građani su predmet permanentne propagandne obrade – od ekonomske do političke. Od toga da kupe korporativne materijalne produkte, do toga da izaberu predsednika koji će biti izvršilac korporativnog diktata. „Sloboda medija” pominje se sada ozbiljno samo kao ucena kad se kakav „mali maharadža”, kako su mediji prozvali britanskog diplomatu Pedija Ešdauna (Jeremy John Durham Ashdown) zbog načina njegovog upravljanja Bosnom, zaputi u neku zemlju „kolonijalne demokratije” i tamo počne da uvodi „liberalna pravila”. U

tom nadobudnom prekoru svakako nema namere da se nešto zaista učini za uspostavljanje istinske „demokratske javnosti” u zemljama ograničenog suvereniteta, već je to vaspitni pritisak da se neki medij ne bi odmetnuo i počeo da umišlja, da na početku Trećeg milenijuma, globalno postoji ikakva druga istina nego – imperijalna. To građani Srbije, uostalom, imaju u svom iskustvu.

Dijagnoza tog stanja, u vreme NATO-bombardovanja SRJ, stala je u tri rečenice: „Pošto svet može da gleda samo izveštaje Si-En-Ena i Bi-Bi-Sija, kao i konferencije sa brifinga NATO, jasno je da Zapad pokušava da svu krivicu prebaci na Jugoslaviju. Na osnovu vlastitog iskustva iz Bosne mogu vam reći da je *najvažniji zadatak zapadnih elektronskih medija* da prenose isključivo političke stavove svojih vlada. Nemojmo se zavaravati o slobodi medija u ‘najvećoj svetskoj demokratiji’”, rekao je juna 1999. Satiš Nambijar (Chenicheri Satish Nambiar), poznati indijski general, kome se svakako ne može prigovoriti da ne zna šta govori (Томић, 1999: 150).

## Propaganda i kriza demokratije

Uspostavljanje *propagandnog modela* je posledica procesa koji je kao glavni oslonac uzimao pronalazak s početka prošlog veka da biznis kao prurušeni nasilnik nad ljudskom svešću „mnogo uspešnije od države uspeva da nametne ograničenja”, jer je sav taj otrov „prurušen u mogućnost izbora” (Herman i Mekčesni, 2004: 281). „Uspeh” biznisa se sastoji u tome da „iako tržište tretira publiku kao potrošače a ne kao građane, oni ipak ne čini potrošače ‘suverenim’ u smislu da im dozvoljava da sami biraju... Pravo na izbor programa imaju samo vlasnici i menadžeri... Potrošački auditorijum ima pravo na ‘slobodan izbor’ samo u okviru ponude koju sreiviraju gospodari tržišta. Tako, ako ti gospodari odluče da ne prikažu program o sve većoj koncentraciji medija, to će biti reč pravog suverena, a ne potrošača” (Herman i Mekčesni, 2004: 281).

Mogućnost izbora na globalnom medijskom tržištu je kao mogućnost zaptvorenika u Gvantanamu da bira koju će mu muziku za vreme šetnje po krugu puštati nevidljivi čuvari. Herman i Mekčesni u studiji *The New Media – The New Missionaries of Corporate Capitalism* (1997) ističu notornu činjenicu da je tržište „retko kad sasvim koherentno” i da su bez obzira na bučno slavljenje antimonopolske kontrole, mediji „predmet ozbiljnih monopolističkih ograničenja” i to ne samo tržišnih. Lokalne političke elite, deca unipolarnog sveta, u državnim kreaturama koje je Aleksandar Zinovjev (Александр Александрович Зиновьев) slikovito nazivao „kolonijalne demokratije” (Зиновьев, 1999), pod realnim pritiskom i uz pomoć medijskog vetra u leđa, često drže više do jednog

glasa nekog bezličnog činovnika Stejt departmenta nego do miliona glasova svojih građana. A tamo gde je „oglašavanje važno koliko i uzajamna prodaja i obim ekonomije, i gde je pristup tržištu često otežan, a stepen koncentracije često visok” (Herman i Mekčesni, 2004: 282) jedino je moguća pasivna rezistencija.

Tako „ovi nekonkurentni uslovi pomažu da se objasni paradoks da se *nacionalne politike* mnogih zemalja Trećeg sveta radije opredeljuju za lokalne programe, iako je ogromna većina programa koji se prikazuje proizvedena u SAD i uvezena” (Herman i Mekčesni, 2004: 282). I sad, kad bi demokratija u Tećem svetu mogla i u naznakama da liči na propovedi CNN-ovih superzvezda, a tržište na načela koja „sto puta” ponavljaju komentatori *Vol-Strit Džornala* (*The Wall Street Journal*), onda bi bilo logično da se zapadna produkcija povuče. Ali, bez obzira što „mala tržišta neekonomskog obima mogu za uvoz da izdvoje svega pet do dvadeset i pet odsto troškova domaće produkcije istog kvaliteta” prosvetljeni „lokalni oglašivači se u svakom slučaju *iz političkih razloga* radije opredeljuju za strane programe” (Herman i Mekčesni, 2004: 28).

Šanse lokalnih programa su da se dalje autodestruktivno lome, samounižavaju, poništavaju svoja dostignuća i znanja, i sistematski odumiru. Ali običan svet, na Zapadnom Balkanu na primer, „svoju dušu” je spasavao gledajući – prezren i odbačen – latinoameričke ljubice, turske poslovne drame sa ljubavnim zapletima ili indijske porodične sage bez kraja. Poslednjim naporima lokalna produkcija je izbacivala retke desetke epizoda Šojića ili „babu koja se češlja dok selo gori”. Za komercijalizovanu televizijsku manufakturu želja publike je samo poluga kojom se svet „pokretnih slika” može učiniti banalnim do zasićenja. Tako, kad je i poslednja estradna zvezda u društvu propalih političara skinula grudnjak pred jednookim Velikim bratom ili se rasulo društvo sa farme na kojoj se za dan izgovori više gadosti nego u svim kafanama za godinu dana – utihnuli su i rijaliteti.

Govoriti u tom brlogu o slobodi novinara ili javnom interesu izgleda cinično i obesmišljeno. Insistirati na privatizaciji medija je slušanje oebsovskog diktata u kome ni onaj ko „diktira”, ni onaj ko neupitno izvršava, ne ulaze u smisao radnje niti sagledava posledice. Ovo stanje se ni uz najveći napor ne može mešati s znanjima građanskog društva da „prava i odgovornosti masovne komunikacije mogu da jačaju jedino ako nisu sputani ni državnom vlašću ni vlašću komercijalnih korporacija” i da mora da se kreće ka *principu publiciteta* „u kome je težnja ka razumu i istini bila važnija od težnje ka ličnoj dobiti, a

pojam javne sfere i ‘javnog interesa’ osiguravao razgolićenje korupcije i dominacije” (De Berg, 2007: 151).

Bez javnog interesa i javne sfere, sa medijskim propagandnim modelom na delu, demokratija je neprozirna bara u kojoj plivaju „slepe ribice”, koje se još uvek u nekim službenim dokumentima pominju kao građani. Jer, „uz pomoć propagande se može učiniti gotovo sve, ali se sigurno ne može obezbediti ponašanje slobodnog čoveka ili, na nižem stepenu, demokratskog čoveka”, govorio je Žak Elil (Jacques Ellul, 1973). I već šezdestih je bilo očigledno da je „čovek koji živi u demokratskom društvu i koji je zavisn od propagande ispražnjen od demokratskog sadržaja”, a mediji kao „sredstva za širenje demokratskih ideja *prave* od građanina, psihološki totalitarnog čoveka. Jedina razlika između njega i naciste je što je on ‘totalitaran čovek sa demokratskim ubeđenjima’, ali ta ubeđenja uopšte ne utiču na njegovo ponašanje. Ta kontradikcija je bezizlaz koji pojedinac oseća pošto je demokratija za njega postala mit i niz demokratskih imperativa koji pokreću uslovni refleks. Reč *demokratija* je tek nastojanje koje više uopšte nema veze s demokratskim ponašanjem. A građaninu ostaje da dok nastupa kao jurišni konjanik, stalno ponavlja ‘svete formule demokratije’” (Ellul, 1973: 256).

### **Russia Today – novo „oružje u ratu slika”?**

Mnogo je nade u modernom svetu uloženo u tehnološki napredak. Siromašni i mali narodi su verovali da im on može živote pretvoriti u male bajke, a imperijalisti su se nadali da se takvom tehnologijom, takvim vezama i takvim brzinama, konačno može premrežiti svet. Međutim, „planeta spojena tehnikom nije se ujedinila duhom” i tako je, zaključio režis Debre (Regis Debray), uprkos „optimističkim” predviđanjima „odgovor na ubrzano ekonomsko i tehničko ujedinjavanje, karakteristično za moderno doba, *žestoka politička i kulturna balkanizacija sveta*” (Debre, 2000: 236).

Koliko god u zapadnom kolonijalnom kulturnom sistemu „Balkan” bio osnova za prideve i glagole koji proizvode negativan osećaj, „balkanizacija” u debrevskom kontekstu nosi drugačiji prizvuk. Samo je „ludilo” Balkana moglo zaustaviti ludilo *new brave world* nakane da se „darvinistička dinamika inovacije (izbor najisplativijeg eliminacijom najneuspešnijeg!)” raspadne pri uzletanju, pa danas, srećom, nemamo „u toku stvaranje *World Company* ili Sjedinjenih zemaljskih država” (Debre, 2000: 236).

Debreova analiza našeg raspada ide dalje od političke balkanizacije. Taj svet se raspao u samom jezgru. U veri u sebe. Poništavajući naše pravo da tragamo

za istinom svet je u „doba propagande” ljudsko biće doveo do ruba „gubljenja orijentacije”. Danas, „mi, obični građani, ne znamo više ko kaže šta je ispravno i kako. Kom autoritetu treba da se priklonimo. Sumnjamo čak i da lekari, umesto da spasavaju živote, namerno izazivaju smrt. Ne znamo da li ćemo se najesti ili otrovati od hrane na našem tanjiru” (Debre, 2000: 252).

Kad je tehnološki napredak doveden u pitanje, korporativni kapitalizam je izgubio poslednju neupitnu tačku oslonca. Sad se sve klata i gubi ravnotežu. Demokracija, očerupana i obogaljena, ne može da bude od velike pomoći, jer bez obzira što Norberto Bobio (Norberto Bobbio), ratnik za demokraciju kao sistem budućnosti, tvrdi da je činjenica nad činjenicama to što „postoji suštinska razlika između političkog sistema u kojem se više elita međusobno nadmeće u izbornoj areni i sistema u kojem postoji samo jedna grupa na vlasti”, ipak, ne može a da porekne kako „uporno trajanje oligarhije i elita na vlasti protivreći demokratskim idealima” (Bobio, 1990: 7). Iako su „graditelji prvih demokratskih režima” činili sve da uklone „prisustvo nevidljive moći (koje) izopačuje demokraciju” (Bobio, 1990: 7), učinak tog napora je slabo vidljiv. Jedino je izvesna metamorfoza, koja se ne tiče suštine, da se kao što reče Rajt Mills (Charles Wright Mills, 1979), „sa vladanja prešlo na manipulisanje”. Preciznije: „U modernom društvu prinuda koju je monopolizirala demokratska država rijetko je neophodna kao stalna mjera, ali oni koji drže vlast u svojim rukama često se služe njom na prikrivene načine.” (Mills, 1979: 110)

Kako se ove sumorne činjenice, koje u savremenom čoveku proizvode latentni užas, mogu podvesti pod kontrolu u svetu opšteg nepoverenja i raspadanja? Za kontrole ovog sistema nema dileme, postoji jedno, pouzdano i provereno sredstvo: to je propaganda. Jer, zaista, koji to medij danas može da ovu dramu prekrati – informisanjem. Istinitim informisanjem, preciznije rečeno. Nema takvog medija. A tzv. *novi mediji*, uzmimo na primer *Fejsbuk* (Facebook), ovu situaciju čini još trulijom a ponuđače rešenja neozbiljnim samohvalisavcima i ljudima slabog morala.

Žak Elil, „hrišćanski anarhista” kako su ga zvali, još je šezdesetih prošlog veka uočio da je savremeni svet stigao u stanje da, iako je to pogibeljno za „vladavinu naroda”, modernoj „demokratiji treba propaganda” (Ellul, 1973). Propadanje počinje kad ljudi u demokratskim društvima poveruju u nagovaranje da „kad se propaganda koristi za objavu demokratskih ideja, to je dobro” i obrnuto – „ako je ona (objava) loša to je samo zato što je sadržaj autoritaran” (Ellul, 1973: 236). Zaprepašćen tom do kraja izvedenom makijavelističkom logikom, Elil je uviđavno napisao da je „ovakva pozicija strašno idealistična” i ona „ogo-

ljuje principijelne uslove modernog sveta: primarnost značenja nad svrhom”. Ali već u sledećem pasususu svoje kultne knjige Elil je bio konkretniji: „Od trenutka kad demokratija koristi ovaj instrument (propagandu), propaganda postaje demokratska.’ Ovo mišljenje se ne iznosi često tako pojednostavljeno i agresivno, ali to implicitno mišljenje se može naći kod većine američkih pisaca. Ništa ne može dirnuti demokratiju: a s druge strane, ona utiskuje svoj karakter u sve što dodirne. Ta predrasuda je važna za razumevanje američke demokratske mitologije i uslovno usvajanje ovih principa od drugih narodnih demokratija” (Ellul, 1973: 236).

Kad je već izvadio skalpel Žak Elil – inače sin ateističkog volterovca, doseljenika s Malte, potomka pravoslavne porodice jednog Grka i jedne Srпкиnje – rez izvodi do kraja. U toj hiperdemokratskoj poziciji „pravi propagandist mora biti hladan, lucidan i ozbiljan hirurđ. On je tu i subjekt i objekt. Propagandista koji veruje u to šta govori i dopušta da bi pri nekoj grešci i sam postao ųrtva sopstvene igre, oseća istu vrstu slabosti kao hirurđ koji operiše nekog koga voli ili se plaši suda članova svoje porodice” (Ellul, 1973: 241). Ali očekivanja da propagandista zasvagda bude „pravi”, nerealna su i besmislena, pa je Elil već nalazio da tadašnja upotreba instrumenta na Zapadu pokazuje „nedostatak u vidu slabosti koja je postala vidljiva u nacističkoj propaganda u njenim poslednjim godinama: tačnije, posle 1943, kad se moglo videti iz njenog sadržaja da je Gebels i sam počeo verovati u nju” (Ellul, 1973: 241).

Iako je nezgodno uzimati analogije iz Drugog svetskog rata, osim ako niste deo „CNN-propagandnog bloka”, ona bi se mogla primeniti na odnos „originala” (CNN) i anti-originala (RT). Putin pokreće RT da bi, kako tačno konstatuje *Špigl*, stvorio „oruđe u ratu slika”, a „stari ratnici” nikako ne pristaju da je njihova uloga pročitana i da je sve manje onih koji veruje u „dobru nameru” u zaštiti ljudskih prava u svetu ili brigu o bezbedonosnoj stabilnosti. Kad je početkom novembra 2014, RT pokrenula lokalni britanski kanal vesti u Londonu, oglasilo se i britansko regulatorno telo *Ofcom*, a povodom teksta o tome na *Gardijanovom* sajtu se pojavilo oko šest komentara čitalaca. Sto ljudi, sto čudi, ali prevladavao je osećaj da je neopozivo ugrožen monopol zapadnog pogleda na svet i to njihovim sredstvima. Prigovori idu od pitanja, da li bi Rusi to dozvolili u svojoj državi, do primedbi da za RT pare daje država. Veliki pohodi zapadnih kompanija kao kupaca medija na Istoku, slanje „instruktora” za lokalne programe, nametanje kanala informisanja – u trenu nestaje, a zaboravi se i, ko ono bejaše osnivač *BBC-ja* ili *Al Džazire*? Jer, „naša država” je dobra država. Strana država je totalitarna. I zašto u to sumnjati.

## Između vesternizacije i ravnoteže javnog mnjenja

U oktobru 2014, *Rossija Segodnja* (na ruskom: *Россия Сегодня*) „otvara predstavništva u 29 zemalja, među kojima i u Srbiji, a Rusija Vladimira Putina dokazuje da je, ipak, naučila medijske lekcije od Amerike koja je decenijama milione dolara trošila na propagandu na lokalnim jezicima... Najčešće sa uspehom da plasira svoje viđenje događaja na svetu” (*Politika*, 27. oktobar, 2014). *Россия Сегодня*, je međunarodna novinska agencija (u koju su inkorporirani *RIA Novosti* i radio *Glas Rusije*) – na engleskom je *Russia Today*, što u formalnom pogledu ne treba mešati sa globalnom televizijom *Russia Today* koja se tako zvala do 2009. otkad je preimenovana, što bi se „sienenovski” reklo, rebrendirana, u – *RT* (Ar-Ti). A stvarno, ove dve medijske organizacije su toliko udaljene da je glavna urednica i novinske agencije i televizije ista osoba – tridesetčetvorogodišnja Margarita Simonjan (Маргарита Симоновна Симоњян, Margarita Simonovna Simonyan), koja je do formiranja *Россия Сегодня* bila samo glavna urednica *RT*.

Tih oktobarskih dana London se već suočavao sa početkom emitovanja lokalnog njuz programa za Britance – *UK TV News channel*, što je formalno nešto drugo od globalnog programa *RT*. Margarita Simonjan je izjavila: „Uvek je cilj *RT* bio da donosi nove perspektive našim gledaocima – da im pokaže onu stranu priče koja ne može da se vidi u mejnstrim medijima. Sada, sa posebnim britanskim kanalom, mi možemo da služimo potrebama i interesima britanske javnosti u promovisanju rasprava i novih pravaca mišljenja o posebnim britanskim temama” (*The Guradian*, 28. oktobar, 2014).

Da nas Zapad nije decenijama navikavao da „strano” može biti „naše” i da „služi našim potrebama i interesima”, ove reči bi zvučale kao cinizam i provokacija. Ovako su one funkcionalne, i da promenite ime govornika i poneki prisvojni pridev, čitalac-gledalac se ne bi iznenadio/la da one dolaze od direktora ili glavnog urednika BBC. U „doba propagande” *Россия Сегодня*, kao i *RT* su prirodne pojava. Doduše, Zapad nije planirao da će se svet okrenuti na glavu, pa da će, eto, i njima neko objašnjavati – šta je normalno. Doduše, čak i u vreme NATO-bombardovanja, kad je zapadna intelektualno-propagandistička zajednica, ulagala svu energiju da opravda pravo na „humanitarnu intervenciju“, Jirgen Habermas (Jürgen Habermas) je u poznatom tekstu „Humanost i bestijalnost – Rat na granici između prava i morala” (objavljen u magazinu *Cajt* (Die Zeit), 30. april 1999) našao mesta za jednu dilemu: „Gledano iz ove veoma američke, dakle nacionalne perspektive jedne normativno orijentisane politike moći, odlučno i beskompromisno nastavljanje borbe protiv Jugoslavije, bez ob-



zira na sve komplikacije, u nuždi čak, i uz angažovanje kopnenih trupa, danas mora izgledati verodostojno. Makar je dosledno, i to je nešto. Ali šta ćemo reći ako jednog dana vojni savez u nekom drugom regionu, na primer u Aziji, reši da oružanim putem sprovodi politiku ljudskih prava koja bi počivala na nekom sasvim drugačijem, naime njegovom, tumačenju međunarodnog prava ili Povelje UN?” (Habermas, 1999: 105).

Ako u ovoj poslednjoj Habermasovoj rečenici izbacite pridev „vojni” i umesto „oružanim putem” stavite „propagandom” – dobićete dosta precizno objašnjenje šta je danas dostignuće *Россия Сегодня* i *RT*. Paradoks je te uloge što će u krajnje vesternizovanim javnim mnjenjima, kao što je i ovo u Srbiji, dolazak *Россия Сегодня* i *RT* delovati kao osveženje. U kom smislu? Novi izvor će ponuditi novi sadržaj i to kritički prema onom koji već decenijama zagađuje naš zdrav razum. To će se, izvesno dopasti, mnogima. Pošto već živimo u vremenu kada se Istina i ne postavlja kao cilj pri širenju informacija, onda bar da možemo da čujemo i njenu „drugu stranu”.

Srpsko javno mnjenje će dobiti impuls uravnoteženja. Jer odnos Zapada prema Srbima i Srbiji je bio ekstremno neprijateljski i surov. Izlivi negativne propagande su bili neproporcionalni veličini zemlje i, racionalno posmatrano, veličini njene uloge u svetu. Napori političkih garnitura u Srbiji da neprijateljske poruke i jasno izricane pretnje prefarbaju belim, kao neprijatne grafite koji su izronili posle noćne oluje, mogu da posluže za dnevno-političke svrhe, ali – pošto će rečeno i napisano ostati i za buduće generacije – NATO kažnjavanje bez realnog zločina teško da može biti zaboravljeno.

Neki detalji velike i brutalne višedecenijske kampanje su antologijski. Kao na primer, kada vodeći kolumnista *Njujork tajmsa* (*The New York Times*) plastično formuliše pretnje u vreme kad najveća sila bombarduje, protivno međunarodnom pravu i bez ovlašćenja OUN, zemlju sa desetak miliona stanovnika: „Hteli ili ne, mi smo u ratu sa srpskom nacijom, tako da stvari treba učiniti jasnim... Svake nedelje vašu zemlju ćemo rušiti vraćanjem unazad. Hoćete u 1950? Vrat ćemo vas u 1950. Hoćete u 1389? Vrat ćemo vas u 1389!”, pisao je Tomas Fridman (Thomas Loren Friedman), 23. aprila 1999. (Вуковић, 2009: 226). Deluje kao direktna eksplikacija genijalnih misli Ričarda Holbruka (Richard Charles Albert Holbrooke) da je „Principov čin doveo do početka klizanja Evrope u dva svetska rata, i do uspona i komunizma i fašizma”. A i ovo je, naravno, u uređenom društvu usaglašeno na najvišem mestu: „Ne, Srbi nisu izazvali samo Prvi svetski rat, ne, bez njih ne bi bilo ni holokausta”, reći će američki predsednik Bil Klinton (William Jefferson “Bill” Clinton) (Вуковић, 2009: 264).

*Россия Сегодня*, za promenu, neće toliko precenjivati našu ulogu u istoriji XX veka. Odnosno, nije izvesno da ćemo ovakvoj Rusiji trebati tako profilisani u globalnom propagandnom ratu. Kažem, sada nije izvesno. Naprotiv, mi preko retkih ruskih izvora sada imamo otvoren i jasno definisan odnos Zapada prema srpskim žrtvama u građanskom ratu. U nekom vremenu naši mediji su se tim istrajno bavili, ali je vreme kada to više nije „politički korektno”: zbog „liderstva u regionu”, zbog „Briselskog sporazuma”, nejasnog političkog projekta sa Evropskom unijom, zbog pritisaka na Beograd u vezi izjašnjavanja o ukrajinskoj krizi...

## Zaključna razmatranja

Uloga *Al Džazire* (Al Jazeera), koja se često pominja kao *fierst-tier* (medijski igrač prve lige), je bitno drugačija. U njenoj pojavi nema ničeg revolucionarnog, u smislu korenite promene. Jer je arapski-katarski globalni emiter iz istog ideološkog informativno-propagandnog koda kao *BBC* i *CNN*. Vlasnik dolazi iz kaste svetskih bogataša koji pare drže preko Okeana i u političkim sukobima i vojnim porecima svrstani su u američko-zapadnu falangu.

I tu nije ključna činjenica što su po ukidanju kanala *BBC Arabic* „bivši novinari arapskog Bi-Bi-Sija ubrzo postala nova lica *Al Jazeera*” (Bajčeta, 2012: 32), već objava finasijera, emira države Katar, šeika Hamad bin Kalifa al Tanija (Hamad bin Khalifa Al Thani) da će – kad je „u junu 1995. godine izvršio državni udar i preuzeo vlast od oca u trenutku kad je bio na odmoru u Švajcarskoj” – da „pokrene niz reformi u svojoj zemlji, među kojima se ističe *liberalizacija medija*” (Bajčeta, 2012: 32). Dakle, starog emira, saveznika Zapada nasleđuje više prozapadni - mladi emir. U početku jeste na Zapadu postojala neka vrsta javnog disciplinovanja *Al Džazire*, koja iako je u istom frontu, simbolički podriva očigledni i neupitni zapadni monopol. Naravno, sve je ubrzo leglo. U osnovi je propagandni uticaj visoko vesterniziranog medija kao što je *Al Džazira* u svetu na koji primarno utiče – kontroverzan. Njen program u arapskom svetu – gde je antiamerikanizam izuzetno jak, najekspresivniji stav tog sveta – jeste anesteziiranje tih javnosti iznutra i održavanje propagandnog paralelnog sveta čiji su temelji u poslednjoj deceniji duboko potkopani.

Pozicija *RT* je bitno drugačija. Od zapadnih sredstava manipulacije su preuzeti razrađeni metodi, žurnalistički žanrovi i efikasna organizacija. I ona otvara put emiterima drugih velikih zemalja. Kinezi, takođe, dolaze. Tako *Gardijan*, posle početka emitovanja *RT* programa za Britance, može da konstatuje da je to samo „poslednja plotun u napadu *meke sile* u kojem su *RT*, *Al Džazira*, kineska

državna stanica CCTV i BBC World Service i njegova komercijalno postavljena sestrice BBC World News samo najprominentniji igrači” (*The Guardian*, 3. novembar, 2014).

Za čoveka koji drži do demokratije ne može biti dobro rešenje da ubrzano i enormno jačaju propagandni instrumenti. Ali unipolarni medijski totalitarizam, ipak je, pogubnije stanje od propagandnog pluralizma, koliko god ovo drugo nosilo u sebi ironiju i mutan paradoks. Ne može biti dobro što Istina nikom više nije prioritet u medijima, ali jeste neki napredak da je monopol Laži ugrožen. Mala javna mnjenja, kao srpsko, oslobodiće se i poslednjih iluzija. Sve će postati ogoljeno. Svet mentalnog nasilja, besprizornosti, nevidavnog punjenja ljudskih glava nepodopštinama svih vrsta, amoralna bezobzirnost povećavaće napetosti, ubrzavati raspad i izlazak iz „godina koje je pojela propaganda” činiti krajnje maglovitom budućnošću.

U osnovi ovde se radi o ugroženosti osnovnih civilizacijskih vrednosti u „eri propaganda”. Kao što je iskonska težnja Istini, na primer. Kolateralna šteta toga su i nezavisno novinarstvo i slobodni novinari. „Neka novija istraživanja u SAD, u vezi s primenom etičkih kodeksa u redakcijama, pokazuju da većina novinara ima *suženu svest o moralnom značenju* svoje aktivnosti. Akteri medijskih kampanja (direktori, urednici, novinari) kao da su ‘odustali od svog moralnog diskursa i u svojim akcijama insistiraju na čisto funkcionalnoj, utilitarističkoj logici’. Mediji i novinari su podređujući subjekti stvarnosti, što se u *specijalnom ratu* koristi za žrtvovanje profesionalane etike” (Јевтовић, 2000: 20–21, kurzivi S.R.).

Šta ima logičnije nego da u takvom svetu ruski predsednik, lider sile u usponu, 9. decembra 2013, potpiše dekret o osnivanju internacionalne novinske agencije u kojoj se ujedinjuju RAI Novosti, radio *Glas Rusije* i to povezuje s uspešnom globalnom televizijom RT i da na čelo te institucije stavi poznatog televizijskog novinara Dimitrija Kiseljova (Дмитрий Константинович Киселёв)? On je za Zapad „kontroverzan” zbog komentara o zaverama zapadnog sveta protiv Rusije i stavova o sistematskoj podršci zapadnih cenatara moći homoseksualnom pokretu. Potez je to koji jasno pokazuje odlučnost i pravac u kome će se kretati strateški otpor sila u usponu i ukazuje na taktičke setove vrednosti na kojima će se njihova akcija podizati. To je u osnovi isti način sagledavanja situacije, kao onaj generala Nambijara u vreme NATO bombardovanja SRJ. BRIKS (Brazil, Rusija, Indija, Kina i Južna Afrika) je već objavio svoj načelni stav da je unipolarni totalitarizam, koliko god se pokrivaio demokratskim pelerinama, posle pada Berlinskog zida postao nepodnošljiv. Otpor velikih nacija, moćnih

država i autohtonih kultura započeo je tiho i u senci zaglušujuće zapadnjačke medijske buke, ali se pretvara u – aktivnu odbranu. U krajnjoj liniji pobunjeni svet to razume, kako je to sažeo ruski intelektualac i režiser Nikita Mihalkov (Никита Сергеевич Михалков), kao отпор „mesijanstvu kojim su opsednuti (Amerikanci), da sve ljude koji nisu kao oni, koji ne rade kao oni, smatraju ljudima niže vrste” (Томић, 1999: 145).

## Literatura

- Bajčeta, S. (2012). Al Jazeera kao akter u međunarodnom komuniciranju, *CM: časopis za upravljanje komuniciranjem*, 7(25): 31–44.
- Bider, B. (2013). Putin's Weapon in the War of Images. *Spiegel Online*. Posećeno 18. 12. 2014. URL: <http://www.spiegel.de/international/business/putin-fights-war-of-images-and-propaganda-with-russia-today-channel-e-916162.html>.
- Bider, B. (2013). Russia Today's Editor-In-Chief: 'The West Never Got Over the Cold War Stereotype. *Spiegel Online*. Posećeno 18. 12. 2014. URL: <http://www.spiegel.de/international/world/spiegel-interview-russia-today-editor-in-chief-margarita-simonyan-e-916356.html>.
- Bobio, N. (1990). *Budućnost demokratije – odbrana pravila igre*. Beograd: Filip Višnjić.
- Вуковић, С. (2009). *Етика западних медија*. Сремски Карловци - Нови Сад: Издавачка књижарница Зорана Станојевића.
- De Berg, H. (2007). *Istraživačko novinarstvo*. Beograd: Clio.
- Debre, R. (2000) *Uvod u mediologiju*. Beograd: Clio.
- Ellul, J. (1973). *Propaganda – the Formations on Men's Attitudes*. New York: Vintage Books.

- Habermas, J. (1999). Bestijalnost i humanost. *Reč: časopis za književnost, kulturu i društvena pitanja*, 55(1): 102–106.
- Herman, E., Mekčesni R. (2004). *Globalni mediji*. Beograd: Clio.
- Јевтовић, З. (2000). *Тоталитаризам и масмедији*. Неготин-Београд: Студио Рас..
- Johnston, C., Planket, J. (2014). Russia Today launches UN version in new soft power onslaught. *The Guradian*. Posećeno 18. 12. 2014. URL: [http://www.theguardian.com/media/2014/nov/02/russia-today-launch-uk-version-investigations-ofcom?CMP=ema\\_546](http://www.theguardian.com/media/2014/nov/02/russia-today-launch-uk-version-investigations-ofcom?CMP=ema_546)
- Mills, C. W. (1979). *Bijeli ovratnik – američka srednja klasa*. Zagreb: Naprijed.
- Plunket, J. (2014). Kremlin-backed RT to launch UK TV news channel. *The Guradian*. Posećeno 18. 12. 2014. URL: <http://www.theguardian.com/media/2014/oct/28/kremlin-rt-uk-news-channel-russia-today>.
- Petraudin, F. (2014). RT: Russia Today's six most memorable moments. *The Guradian*. Posećeno 18. 12. 2014. URL: [http://www.theguardian.com/media/2014/oct/30/rt-russia-todays-six-most-memorable-moments?CMP=ema\\_546](http://www.theguardian.com/media/2014/oct/30/rt-russia-todays-six-most-memorable-moments?CMP=ema_546).
- Радичевић, Н. (2014) Клима неповерења. *Политика*. Posećeno 18. 12. 2014. URL: <http://www.politika.rs/rubrike/uvodnik/Klima-nepoverenja.sr.html>.
- Рељић, С. (2014). *Криза медија и медији кризе*. Београд: Службени гласник.
- Томић, Н. (прир.) (1999). *Сумрак Запада: изјаве светских интелектуалаца о убијању Југославије*. Београд: Новости – Верзал Прес.
- Зиновјев, А. (1999). *Велика прекретница*. Београд: Наш дом – L'age d'Homme.

## WHAT IS РОССИЯ СЕГОДНЯ DOING IN SERBIA?

*Summary:* This paper deals with the emergence of the Russian state-owned media system as the first serious and direct impact on the global monopoly of western “free media”, primarily CNN and BBC. It also establishes that Россия Сегодня is signaling pluralization of the media propaganda reality in a world which is in a deep crisis. The presence of the Chinese CCTV is increasingly noticeable. The role of the global electronic media as the so-called soft power in an ever widening range of conflicts between the great powers, the ways in which it will influence democracy as the global political system and the effects of those tectonic changes on the public opinion in smaller countries like Serbia – is also analysed.

*Key words:* manipulation, propaganda, principle of publicity, balkanization, media images, anti-CNN