

# Ljudska zbilja kao medijski spektakl

---

Živković, Lucija

Undergraduate thesis / Završni rad

2020

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Croatian Studies / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet hrvatskih studija**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:111:019737>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-23**



Repository / Repozitorij:

[Repository of University of Zagreb, Centre for Croatian Studies](#)





SVEUČILIŠTE U ZAGREBU  
FAKULTET HRVATSKIH STUDIJA

Lucija Živković

**LJUDSKA ZBILJA KAO  
MEDIJSKI SPEKTAKL**

ZAVRŠNI RAD

Zagreb, 2020.



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU  
FAKULTET HRVATSKIH STUDIJA  
ODSJEK ZA FILOZOFIJU I  
KULTUROLOGIJU

Lucija Živković

# **LJUDSKA ZBILJA KAO MEDIJSKI SPEKTAKL**

ZAVRŠNI RAD

Mentor: doc. dr. sc. Željka Metesi Deronjić

Sumentor: dr. sc. Marko Kardum

Zagreb, 2020.

## **SADRŽAJ**

<b>1. Uvod</b>	<b>4</b>
<b>2. Čovjekov tehnološki produžetak</b>	<b>5</b>
<b>2. 1. Medijska stvarnost</b>	<b>6</b>
<b>3. Rasprostranjenost spektakla</b>	<b>8</b>
<b>3. 1. Spektakularna stvarnost</b>	<b>9</b>
<b>4. Vladavina robe</b>	<b>12</b>
<b>4. 1. Zvijezda banalnosti</b>	<b>13</b>
<b>4. 2. Oblici moći spektakla</b>	<b>14</b>
<b>5. Odsutnost odgovora</b>	<b>15</b>
<b>5. 1. Formalnost komunikacije</b>	<b>16</b>
<b>5. 2. Masmedijsko povjerenje</b>	<b>16</b>
<b>5. 3. Mediji zavodnici</b>	<b>18</b>
<b>6. ZAKLJUČAK</b>	<b>20</b>
<b>7. POPIS LITERATURE</b>	<b>21</b>

## 1. UVOD

Tema ovog rada je ljudska zbilja posredovana medijima i tehnologijom. Glavna pretpostavka ovoga rada je da ljudska zbilja sadrži elemente društva spektakla, a takvo društvo koristi medije kao zavodnike da bi ljudska stvarnost postala medijska stvarnost. Mediji su postali jedna vrsta vlasti u društvu, a služeći se spektaklom, postaju sve jači.

Mediji ubrzavaju razvoj društva spektakla jer na indirektan način proširuju čovjekovu percepciju i razmišljanje sredstvima masovne komunikacije. Čovjek želi tehniku prilagoditi sebi iako nekada čovjek postane alat za lakše upravljanje tehnikom. Pojavom interneta došlo je do umrežavanja svijeta i pojednostavljenja čovjekova života. Svijet je postao globalno selo. Čini se da su čovjek i stroj u stalnoj borbi tko je jači i sposobniji. Važno je znati koristiti medije kao bogatstva, a ne sirovine modernog društva. Ako čovjek sve češće bude koristio medije kao sirovine, ne obraćajući pažnju na posljedice korištenja medija, naći će se izgubljen u pseudo-svijetu s izmišljenim vrijednostima i direktnim utjecajem društva spektakla.

Cilj ovog rada je opisati stanje ljudske zbilje u društvu spektakla te dati pregled društva spektakla kroz utjecaj koje je to društvo imalo na ljudsku svijest i funkcioniranje društva. Glavni faktor utjecaja društva spektakla su masovni mediji i masovna komunikacija.

U prvom dijelu ću objasniti što je čovjekov tehnološki produžetak. U drugom dijelu ću terminologijom Guya Deborda objasniti pojam društva spektakla, a u trećem ću dijelu pojasniti Debordov pristup vladavini robe. U posljednjem ću dijelu dati pregled Baudrillardove misli o nemogućnosti pružanja primateljevog odgovora na poruku u komunikaciji putem medija.

## 2. ČOVJEKOV TEHNOLOŠKI PRODUŽETAK

Mediji kao produžetci i poticaji osjetilne svijesti utječu na čovjekovo polje osjetila. Promatranje, upotrebljavanje ili opažanje nekog produžetka znači prihvaćanje istog. Gledati televiziju ili istraživati internetske portale znači prihvatiti te oblike produžetaka u vlastitom sustavu i pretrpjeti svršetak opažaja koji automatski slijedi (McLuhan, 2008: 45). U suživotu s tehnologijom, čovjek postaje servomehanizam. Servomehanizam olakšava upravljanje drugim mehanizmom koji mu je podređen. Čovjek poznaje tehnologiju dovoljno dobro da pojednostavi upravljanje i korištenje tehnologije. Tinejdžer je servomehanizam mobitela putem kojeg telefonira jer tinejdžer njim zna upravljati, a ujedno si njime olakšava svakodnevne radnje. Programer je na isti način servomehanizam računala kojim se koristi. Čovjek će pojačati snagu medija kojeg koristi, no medij ne smije prijeći granicu i postati božanstvo kojem se čovjek klanja i kojem služi. Tehnologija mijenja ljude i ljudi mijenjanju tehnologiju (McLuhan, 2008: 45). McLuhan izjednačuje ulogu čovjeka u svijetu strojeva s ulogom pčele u svijetu biljaka; pčela pomaže razvoju cvijeta, a čovjek razvija strojeve kako bi mu olakšali postojanje i doveli ga na viši stupanj razvoja. Tehnologija omogućuje ostvarivanje želja i žudnji pa će se prosječni čovjek osjećati zadovoljno kada primi SMS poruku voljene osobe. U *Razumijevanju medija* (2008) je objašnjeno da se otupljivanjem središnjeg živčanog sustava zadatci svjesne svijesti i poretka prenose na čovjekov tjelesni život i on prvi put postaje svjestan tehnologije kao produžetka tijela. McLuhan tvrdi da će otupljivanjem jednog dijela svijesti (svjesne svijesti) doći do produživanja svijesti na tehnologiju. Ljudi postaju svjesniji života u virtualnom nego u stvarnom svijetu. Dostupnost sadržaja putem tehnologije može u čovjeku pobuditi osjećaj praznine ili samoće jer mu se čini da propušta događaj dok ga virtualno prati.

Čovjeka sustižu promjene i adaptacije prilikom otkrivanja novih načina komuniciranja. Novi načini komuniciranja poput video poziva putem interneta omogućuju ljudima da uspostave kontakt s osobama na drugim krajevima svijeta. Pojavom interneta svijet je postao globalno selo. Misli anonimnih korisnika mogu postati riječi na internetu te umreženošću interneta biti odašiljane na drugi kraj svijeta.

Produžetci su informacijski sustavi, a mozak je prije u informacijskom sustavu nego što je u lubanji (McLuhan 2008: 56). Ta McLuhanova misao znači da su ljudi naučili misliti, govoriti i donositi odluke koristeći se tehnologijom kao pomagalom u razvijanju mišljenja, govora i u

procesu donošenja odluka. Tehnologija počinje diktirati društveni poredak. Diktiranje društvenim poretom znači da jedino oni koji dobro poznaju upravljanje tehnologijom mogu napredovati na više društvene funkcije. Primjer bi bio da jedino netko tko dobro poznaje rad na računalu može biti kandidat za radno mjesto.

Tehnologija istovremeno može biti robot koji olakšava kućanske poslove ili komentar na blogu koji uništi samopouzdanje. S jedne strane, robot koji olakšava kućanske poslove je inačica tehnologije koja pomaže ljudima u svakodnevnim kućanskim poslovima, što znači da je pozitivni produkt tehnološkog razvoja. S druge strane, komentar na blogu neke djevojčice ili dječaka može utjecati na njihovo samopouzdanje bilo da je riječ o komentaru poznate ili nepoznate osobe. Djeca primaju uvredljive komentare dok se nalaze u sigurnosim zonama njihovog doma što može dovesti do ozbiljnih posljedica u razvijanju slike o njima samima.

## **2. 1. MEDIJSKA STVARNOST**

Mehaničku i električnu fazu čovjekovih produžetaka McLuhan naziva dalekom prošlosti. McLuhan također upozorava da će zbog zgušnjavanja svijeta doći do završne faze čovjekovih produžetaka, a tu fazu naziva tehnološkom simulacijom svijesti. Cjelokupni process spoznaje će obuhvaćati čitavo društvo (2008: 9). Tehnološka simulacija svijesti, prema McLuhanu, znači produživanje svjesno obavljenih radnji na medije ili cjelokupnu tehnologiju. Komunikaciju s ljudima, kulturno uzdizanje ili zapisivanje vlastitih misli čovjek obavlja koristeći se medijima ili drugim oblicima tehnologije.

Zbog sudjelovanja središnjeg živčanog sustava u globalnom zagrljaju, vrijeme i prostor više ne postoje. Kreativni proces spoznaje obuhvaća čitavo društvo. Čovječanstvo komunicira putem World Wide Weba; svi su ujedno konzumenti i potrošači medijskog sadržaja. McLuhan se pita je li tehnološki produžetak svijesti ostavio pozitivne ili negativne posljedice za čovječanstvo. Marshall McLuhan objašnjava da je tehnologija pismenosti omogućila Zapadnjaku akciju bez reakcije. Pripadnik društva će promatrati druge i odgovoriti neposredno bez reakcije ili će biti potaknut na angažman. Primjeri angažmana ostvarenih korištenjem tehnologije mogu biti: pasivno sudjelovanje u političkim izborima putem komentara na društvenim mrežama, slanje sućuti, zgražavanja i naposljetku izražavanje šoka putem internetskih portala kako bi se odgovorilo na katastrofe koje se događaju na drugom kraju svijetu.

McLuhan tvrdi da svatko može postati psihijatar u društvu kojem je lakše komentirati tuđe nego vlastite postupke. Svatko može postati kreatorom informacije na internetu pa je samim time razvijem kritički stav prema kreiranju sadržaja na internetu. Dostupnost informacija donosi strogo kritizirajući stav o informaciji i medijima. Svi korisnici aktivno sudjeluju u procesu primanja i odašiljanja informacije. Osoba koja prima informaciju može ju i stvoriti, što znači da pasivni primatelj više ne postoji. Ishod odašiljanja poruke ovisi upravo o načinu na koji je poslana. Hans Selye u knjizi *Životna napetost* (prema McLuhan, 2008: 15) upozorava na potrebu shvaćanja vlastitog čina prije nego je čin izvršen. Najnoviji pristup medijima ne obraća pažnju isključivo na sadržaj medija nego također proučava medij kroz kulturnu matricu unutar koje on djeluje. Samim time je potrebno pridati važnost načinu korištenja medija prije nego se čovjeka nazove žrtvom medijske kulture. Ispravnim rukovanjem informacijama moguće je pozitivno utjecati na neposrednu okolinu.

Medijski spektakl je jedan od nositelja odgovornosti za nametanje umjetne struje svijesti i svjetonazora čovjeku kao korisniku medijskog prostora. Medijska kultura Zapada dovodi do sukoba između prizora i zvuka, između pisanih i usmenih načina doživljavanja te organizacije postojanja (McLuhan, 2008: 26). Pri uklanjanju svakog mogućeg problema pri korištenju medijske kulture, važno je dostići stupanj potpunog shvaćanja medijskog diskursa. Biti informacijski pismen znači prije svega imati okvir za razumijevanje, traganje, procjenu te korištenje informacija. Dug je put do potpune informacijske pismenosti društva; prvo treba osvijestiti način upotrebe i posljedice korištenja medija. Tehnologija je korak ispred čovjeka kao korisnika zbog čega budućnost modernog društva leži u održavanju ravnoteže utjecaja tehnika komuniciranja i čovjekove sposobnosti reakcije. Mediji se mogu koristiti kao obične sirovine ili bogatstva modernog društva.

Hajrudin Hromadžić u članku o medijskoj konstrukciji realnosti (2013: 63 – 64) određuje poziciju medija u poretku socijalne realnosti. Autor pokušava utvrditi gdje su mediji u klasifikaciji važnosti utjecaja na socijalnu zbilju:

Iz medijskih studija već desetljećima znamo da mediji nikako nisu samo puki čimbenik prijenosa informacija, na što već i sam termin, etimološki gledano, pogrešno ukazuje (medij, medijum, od latinske riječi *medius*, što znači srednji, onaj koji spaja ili posreduje), nego su aktivan faktor u konstrukciji društvene, političke, ekonomske, kulturne i svake druge realnosti [...]. (2013: 63)



Mediji nikako nisu niti smiju biti izvedenice sekundarne vrijednosti, već bi trebali biti aktivan dio stvarnosti, doprinositi razvoju zbilje i utjecati na čovjekovu percepciju (Bennett, 1982 prema: Hromadžić, 2013). Time Hromadžić želi objasniti da su mediji kreatori vlastite zbilje prije nego što pasivno oslikavaju zbilju kojoj svjedoče. Hromadžić navodi Stuarta Halla zbog ideološkog razmatranja medija u odnosu s kulturom i ideologijom. Hall želi istaknuti (Davis, *Understanding Stuart Hall*: 2004) važnost medija u procesima stvaranja i prijenosa znanja te informacija o svijetu u razdoblju kasnog kapitalizma. Hall također želi naglasiti da će masovni mediji zavladatai područjem kulture i ideologije te će stvarati slike i ideje oko kojih će nastati stvarnost viđena kao cjelina. Takva stvarnost viđena kao cjelina će biti temelj lakšeg predstavljanja moderne stvarnosti i modernog života tijekom kasnog kapitalizma. Mediji će slikama i idejama predstaviti i objasniti kako izgleda stvarnost.

Stoga možemo reći da mediji stvaraju stvarnost, a na ljudima je da prosude kakva je ta stvarnost načinjena od slika i produbljena značenjem. Prosuđivanje stvarnosti koja je isprepletana spektakularizacijom je sljedeća tema proučavanja u ovom radu.

### 3. RASPROSTRANJENOST SPEKTAKLA

Izravno doživljavanje stvarnosti je u današnjem vremenu stavljeno u drugi plan. Mnogi se pitaju kako, a rijetko imaju odgovore na to pitanje. Guy Debord je jedan od znanstvenika koji postavlja pitanje načina doživljavanja stvarnosti. U knjizi *Društvo spektakla*, prvi put objavljenoj 1967. godine u Parizu, na samom početku proziva stvarnost i naziva ju djelomičnom, predstavom i pseudo-svijetom. Debord tvrdi da je ono što živimo, gledamo i osjećamo tek prerađena, polu-svjesna, idealizirana i ugladena zbilja. Spektakl je za Deborda mjesto izopačena pogleda i lažne svijesti. Sve živo i/ili svjesno podvrgava se spektaklu na neki način, a spektakl pak ujedinjuje sve svijesti i izlaže ih na vidjelo na način oprečan onom zbiljskom. Prema tome (Debord, 1999: 36), predlaže se tvrdnja da će biće svjesno svoga postojanja na jedan način biti svjesno, a na drugi način će spektakl tvoriti svijest tog bića. Debord tvrdi da spektakl nisu samo slike koje tvore skup, nego su društveni odnosi pojedinaca koji su posredovani slikama (1999: 36).

Debordovo određenje spektakla kao središta irealizma realnog društva (1999: 37) konkretizira se u primjerima. Prvi primjer je informiranje i propaganda, a zatim slijede reklamiranje i izravna potrošnja zabave. To su samo neki primjeri koji zajedno čine model života prema kojem današnje društvo funkcionira. Nenamjerno su stvorene nove inačice življenja poput industrije zabave koja je godinama u nastajanju, a brzinom svjetlosti je zavladała svijetom. Bez obzira radi li se o jednostavnoj konzumaciji TV programa, stvaranju sadržaja za društvene mreže ili pojačavanju tabloidizacije u dnevnom tisku, spektakl dolazi do čovjeka i s vremenom će obuzeti čovjekovu svijesti.

#### 3. 1. SPEKTAKULARNA STVARNOST

Pojavom spektakla došlo je do problema odvajanja pojma zbilje i pojma spektakla. Pojam spektakla sadrži elemente pojma zbilja pa je teško reći što je karakteristično isključivo za zbilju i isključivo za spektakl zato jer je spektakl izgrađen na elementima zbilje. Spektakl je stoga restrukturirana inačica zbilje pa ga je teško u potpunosti odvojiti od pojma zbilje kako bi se načinila distinkcija između ta dva pojma. Živa stvarnost je na mnogo načina isprepletena sa spektaklom jer su obrasci stvarnosti bili temelj tvorbe spektakla. Može se reći da su sličnosti stvarnosti i spektakla izgled, ljudi i nepredviđenost vijeka trajanja stvarnosti ili spektakla (Debord, 1999: 37). To znači da je stvarnost služila kao primjer prilikom stvaranja spektakla. Debord stvarnost prikazuje

dvodimenzionalno: „Stvarnost izvire iz spektakla i spektakl postaje stvaran. To recipročno otuđenje bit je i temelj sadašnjeg društva.“ (1999: 38). S obzirom na to da autor kritički promišlja spektakl, u daljnjem navođenju iskaza bi se mogli očekivati strogo opozicijski argumenti protiv društva spektakla.

U određivanju spektakla koristeći se terminima predviđenim za kategorizaciju društvene stvarnosti dolazimo do autorova spomena privida, laži i obmana usađenih u sliku svijeta zbog intervencije spektakla. Debord pretpostavlja ako dođe do zamjene stvarnog i nestvarnog da će istina postati lažna, a laž postati istinita. Svaka utvara stvarnosti će dobiti osobine vlastite negacije. Život u kojem jesmo, životi koji su u okruženju i budući oblici života nisu ništa drugo negoli oličenje pukog privida (1999: 38). Dolazi do negacije zbilje te gubitka lica i naličja ljudskog života, a društvo se u takvom stanju naziva društvom spektakla.

Spektakl djeluje putem sredstva masovne komunikacije kako bi obuhvatio veliki broj ljudi, a masovna komunikacija zbog spektakla djeluje privlačno. Zbog prisutnosti spektakla će neki program na televiziji pratiti veći broj ljudi, što znači da će duže opstati taj program kao i emisija u kojoj postoji spektakl. Spektakl se rasprostire duž svijeta i u svoj tijek uvrštava većinu procesa življenja; od životnih sreća do prirodnih katastrofa naglašenih putem kanala masovne komunikacije (npr. ubojstva, genocidi, naglašene horor-priče i slični sablazni događaji u povijesti čovječanstva). Samim time je većina životnih procesa uvrštena u sadržaj spektakla. Ljudi se ujedinjaju u spektaklu, bez obzira što su pripadnici različitih kultura, zato što spektakl uzima ono što je ljudima zajedničko, a to su sreća, radost, tuga i bol kako bi služeći se ljudskim sličnostima pridobio veći broj ljudi. Njemu ne treba ništa drugo da bi život pretvorio u spektakulariziranu hiperrealnost drukčiju od bilo kojeg drugog uprizorenja životnih procesa.

Debord objašnjava (1999: 40) preobrazbu jednostavnih slika u stvarna bića podvrgnuta hipnotičkim ponašanjem. Spektakl čini pojavu vidljivom kako bi vizualnim identitetom pojave pojačao njezinu važnost u osjetljivosti promatrača. Autor smatra da spektakl postiže vidljivost raznim specijaliziranim sredstvima tako da apstrahirajući osjetilo vida pojava postaje jednostavnija te sam spektakl na taj način čini pojavu vidljivom, no samog sebe još uvijek ljudskom oku nevidljivim. Iako je nevidljiv, spektakl od života čini spekulativni univerzum. U nastanku spekulativnog univerzuma služi se specijaliziranim sredstvima masovne komunikacije. Debord tvrdi (1999: 43) da su sredstva masovne komunikacije zapravo najrazornija površna manifestacija

spektakla. Površnost karaktera i razdor kvalitete življenja su posljedice spektakla. Zbog tih posljedica može ozbiljno propatiti ljudskost u zbilji. Najprije, komunikacija može postati jednosmjerna, što znači da primatelj gubi ulogu u procesu komunikacije s pošiljateljem informacija. Spektakl ima moć da u sistemu masovne komunikacije začara primatelja tako da kada poruka spektakla dosegne primatelja, on više nije u stanju prosuditi karakter poruke i donijeti odluku. Primatelj konzumira spektakl da toga nije ni svjestan.

U procesu rekonstrukcije jednostavnih oblika vizualnih identiteta uz potporu neizmjerne moći spektakla na kraju *dozvoljeno* prestaje predstavljati *moгуće* u svijetu. Debord je mišljenja da se spektaklom može smatrati čuvanje nesvijesti o praktičnoj promjeni uvjeta egzistencije. Spektakl proizvodi spektakl i sačinjen je od spektakla (Debord, 1999: 44). Osim što pokazuje ono što jest, spektakl ujedinjuje odvojene sfere i aktere zbilje tako da ih ujedinjuje kao odvojene. Nema zadaću ujedinjavanja u jedno, nego ujedinjavanja u različito i otuđeno jedno od drugog. Biće koje sudjeluje u zbilji osjeća se otuđeno i odvojeno od drugih, iako mu spektakl slikovno prikazuje zajedništvo i sinergiju. Zaključak je Debordova pomalo teoretski deterministička odrednica spektakla:

Čovjek odvojen od svojeg proizvoda sve jače i sam proizvodi sve pojedinosti svojeg svijeta i tako se sve više odvajaju od svojega svijeta. Što je više njegov svijet sada njegov proizvod, to je on više odvojen od svojega života. A spektakl? Spektakl je kapital u stupnju akumulacije u kojemu on postaje slika. (1999: 47)

Autor želi istaknuti čovjekovo otuđenje od svijeta kakvog poznaje. Takav je svijet bio ispunjen njemu poznatim stvarima, što znači da se u takvom svijetu čovjek dobro snalazio te je znao raspoznati što je za njega dobro, a što loše. Do čovjekovog otuđenja je došlo zbog uvećane prisutnosti spektakla kao glavnog kapitala koji je čovjeka potpuno pretekao u razvoju. Otuđenje ovdje znači odsutnost ljudskosti, a prisutnost spektakla u svijetu.

## 4. VLADAVINA ROBE

Moderno doba određeno je vladavinom robe nad osjećajem i materijom nad iskustvom. Roba i materija sadrže veću vrijednost nego osjećaj i iskustvo. Vrijednije je imati nego osjećati ili iskusiti. To nije nikakva fantazija ili negativna odrednica modernog svijeta, već objektivna realizacija modernog doba. Ubacivši spektakl u fokus, svijet je odjednom viđen u ogromnim razmjerima na velikim ekranima. Sveobuhvatnost zbilje je provedena kroz proces materijalizacije elemenata življenja na način da ono vrijedno, jest vrijedno ako za isto postoji odgovarajuća materijalna vrijednost. Inače, dobiva značku nematerijalne (pogrdno i *bezvrijedne*) važnosti (1999: 49 – 50). Materijalizam je u *Društvu spektakla* podvrgnut ozbiljnoj kritici:

Svijet istodobno prisutan i odsutan, koji spektakl čini viđenim, jest svijet u kojemu roba vlada nad svime što je proživljeno. Svijet robe tako se pokazuje onakvim kakav jest, jer mu je gibanje identično udaljavanju ljudi između sebe i od njihova globalnog proizvoda. Gubitak kvalitete na svim razinama spektakla izražava temeljni karakter stvarne proizvodnje koja isključuje stvarnost. (Debord, 1999: 50)

Roba zadržava monopol nad moći i drži direktnu prednost nad osjetilnim iskustvo. Posljedično, dolazi do gubitka kvalitete i propadanja nekadašnjih nematerijalnih bogatstava. Vladavina znači trenutak u kojem roba pobjeđuje u bitci s nematerijalnim dobrima i osvaja društveni život, a taj trenutak se može nazvati trenutak spektakla. Glavna značajka trenutka u kojem materija preuzima svijet je moderna ekonomska proizvodnja:

Moderna ekonomska proizvodnja proširuje svoju diktaturu ekstenzivno i intenzivno. U manje industrijaliziranim mjestima njezina vladavina već je prisutna u obliku nekih popularnih proizvoda, i to putem imperijalističke vladavine područja koja su na vrhu razvitka produktivnosti. (Debord, 1999: 53)

Debord želi objasniti da čovjek konzumira robu koja je zapravo iluzija. Iluzija je zato što o njoj čovjek stvara predodžbu te ju idealizira. Roba (materija) je iluzija koja stvarno postoji, a spektakl je proizvod stvarne iluzije pa ga Debord naziva manifestacijom (1999: 56): „Stvarni potrošač postaje potrošač iluzija. Roba je ta iluzija što je zapravo stvarna, a spektakl je njezina opća manifestacija.“ Novac je vrijednosno naličje spektakla, a portret mu je cjelokupna širina društva. U društvu se vidi što je spektakl i što bi sve moglo postati spektaklom. Ekonomija

spektakla kroz proizvodnju robe zadovoljava pseudo potrebe svedene na najvažniju pseudo potrebu, a ta je održavanje pogona ekonomije spektakla.

#### **4. 1. ZVIJEZDA BANALNOSTI**

Debord odvađa posebni ulomak kako bi objasnio značenje pojma *zvijezda spektakla*. Rezentirati živog čovjeka u spektakularnom smislu znači predstaviti ga kao zvijezdu banalnosti. Odabir i kvalitete te zvijezde ne postoje, već se iz pukog hira spektakla i izmišljanja ekonomske vrijednosti određena osoba stavlja na pijedestal kao blještavilo spektakularnog življenja. Zvijezda za početak treba utjeloviti život privida u kojem nema dubljih ili profinjanih čovjekovih vrijednosti. Takve zvijezde postoje kako bi utjelovile različite načine življenja i shvaćanja društva te ih kasnije globalno provodile. Ono što predstavljaju zvijezde banalnosti i spektakla jesu suprotnosti običnom pojedincu. Običan čovjek se u srži ne bi mogao poistovjetiti sa zvijezdom spektakla jer zvijezda posjeduje poboljšanje kvalitete i mogućnosti običnog čovjeka, a reklamira ih kao svima pristupačne. Kako bi dočarao lažnost karaktera zvijezde spektakla, Debord navodi primjer (1999: 63): „Hruščov je postao general da bi odlučio bitku kod Kurska, ne na bojištu, nego na dvadesetoj godišnjici, kada je bio šef države.“ Debord smatra da su ljudi nazvani herojima ili ikonama svoga doba poznati po tome što nisu ono što tvrde da jesu.

Banalnost se također može pronaći u nepostojećem sukobu između mlađeg i starijeg u spektaklu. Sukob je trivijaliziran jer na početku svega stoje lažne ljudske uloge. Jedni su lažno mladi, dok su drugi lažno stari. Za Deborda je (lažna) mladost svojstvo modernog ekonomskog sistema. Mlado će u modernom svijetu uvijek biti privlačnije nego staro jer se čini otpornije na prepreke, oku ljepše i potrošačevim potrebama potrebnije. Debord želi naglasiti (1999: 64): „Ono što vlada i što je mlado – to su stvari; one se sukobljavaju i zamjenjuju jedne druge.“

Primjer zvijezde banalnosti je osoba lažnog karaktera, koja stvara trendove, diktira aktivnost društva ili se nalazi na vrhu društvene hijerarhije. Teško je razaznati lažnost spektakla jer spektakl lako pratiti. Osoba koja prati spektakl nije svjesna koliko je vremena provela konzumirajući spektakl te joj je spektakl stvorio lažni osjećaj zajedništva s drugim osobama koje ga također nesvjesno konzumiraju (Debord, 1999: 65).

Spektakl usmjerava koncentraciju moći i služi kao policijski sat trajanja ljudske aktivnosti. To znači da spektakl ima veliku količinu moći kojom kontrolira što će i kada ljudi raditi u danu. Prema tome, ljudi organiziraju vrijeme prema trajanju spektakla, kako bi mogli pratiti. To znači da sve što nije u vremenski usklađeno sa spektaklom je otpisano i može se smatrati nebitnim za moderan način življenja. Nositelji moći u društvu mogu nametnuti spektakl nižim slojevima društva.

#### 4.2. OBLICI MOĆI SPEKTAKLA

Debord predstavlja tri izvora nastajanja oblika spektakla. U *Društvu spektakla* (1999: 37) najomraženiji je koncentrirani spektakl. Može se reći da je diktatorskog ozračja jer je proizašao iz ideologije oko diktatorskih ličnosti. Države zaslužne za oblikovanje su Njemačka i Rusija, a središte upravljanja je skriveno pa stoga ne postoji poznati poglavar i jasna ideologija. Drugi, američki ili raspršeni oblik spektakla temelji se na izboru kojeg su u Sjedinjenim Državama imali radnici pred obiljem proizvoda. Prema Debordovom opisu ovaj bi se oblik mogao nazvati buržoasko-demokratskim oblikom jer je mogao biti održan jedino u zemljama s takvim uređenjem društva. Debord ističe pojavu trećeg ili integriranog oblika spektakla, a taj je oblik nastao utjelovljenjem raspršenog ili posljedično boljeg oblika. Francuska i Italija razvojem predvode u integriranom spektaklu. Sam naziv označuje smisao integriranog spektakla, a to je integracija u stvarnost tako da govori o njoj i preobražava je Debord zaključuje podjelu spektakla opisom trenutnog stanja:

Spektakl se proširio na cjelokupnu stvarnost i prožima je. [...] Iskustvo ostvarenja volje ekonomskog razuma bez ograničenja brzo će i bez iznimke pokazati da je postajanje falsifikata svijetom istodobno i postajanje svijeta falsifikatom. [...] Ne postoji ništa što nije preobraženo i zagađeno prema sredstvima i interesima moderne industrije. (1999: 181)

Autor tvrdi da se spektakl proširio na veće mase jer je u stanju prilagoditi se društvu u kojem se nađe. Ekonomski sustav profitira pojavom spektakla zato što spektakl donosi prihode putem zarade od količine gledatelja ili slušatelja koji ga prate. Bez obzira što poboljšava ekonomiju društva, spektakl ugrožava vjerodostojnost i integritet ljudi koji se nađu u društvu spektakla. Društvo postaje puno lažnih vrijednosti, a jedino je bitna zarada.

## 5. ODSUTNOST ODGOVORA

Širenjem dosega i razvojem medija došlo je do širenja spektakla. Spektakl se koristi napretkom medijske industrije kako bi proširio svoj utjecaj, a mediji su alati širenja utjecaja. Čovjek konzumira spektakl dok konzumira medije; bilo da je riječ o televizijskom, radijskom ili internetskom spektaklu, utjecaj i doseg se neprekidno šire. Televizija, radio i internet izvori su sadržaja spektakla čije pak sadržaje čovjek svakodnevno konzumira. Mediji povećavaju intenzitet utjecaja i dosega spektakla, a spektakl daje medijima veću važnost jer doseže velik broj konzumenata medija. Jean Baudrillard u knjizi *Simulacija i zbilja* (2001: 32) oštro zastupa prijeporan stav o medijima. Govori o njima na promišljen i odmjeren način te uzima u obzir pozitivne i negativne aspekte kako bi iznio kvalitetan sud o pojavi medija u društvu.

Opisuje ih sintagmom „govor bez odgovora“ zbog jednostranosti medijske komunikacije. Smatra da mediji onemogućuju proces slanja odgovora nakon primljene poruke u smjeru medij – prema – čovjeku. Na taj način mediji provode politiku društvenog nadzora i moći. Baudrillard navodi misao Rolanda Barthesa o književnosti i neuzajamnosti u kojoj Barthes objašnjava raskid u komunikaciji između pisca i korisnika teksta pri čemu čitatelj postaje ozbiljno lijen, a jedino što je u mogućnosti učiniti je prihvaćanje ili odbijanje teksta. Karakter medija može biti društven, no to ne znači da će medij potaknuti čovjeka na društvenost. Ljudi postaju svjesniji prisutnosti medijskog utjecaja, a zanemaruju odsutnost potrebe za aktivnim sudjelovanjem u društvenim pitanjima ili čak zanemaruju odsutvo razgovora s ukućanima za vrijeme gledanja televizije.

Baudrillard tvrdi da se objavljivanjem informacija u medijima može ozbiljno umrtviti informaciju ili pokret. Umrtvit će se tako što će se nametnuti forsirani ili smišljeni razvoj i širenje, nakon čega će se informaciji ili pokretu oduzeti smisao te će doći do zastoja protoka informacija što će onda rezultirati obustavom pokreta. Primjer ove pojave je depolitizacija političkog djelovanja. Neki političar može ozbiljno ugroziti državni proračun, nakon čega će njegovo ime završiti u medijima. Posljedica osvještavanja o situaciji u medijima bi mogla biti apatija javnosti prema tom činu ili nezainteresiranost sudstva za slučaj. Dakle bilo koji događaj ili informacija koji su prošli proces prekomjernog ponavljanja i spektakularizacije će kroz neko vrijeme biti bačeni u zaborav (2001: 39).



## 5. 1. FORMALNOST KOMUNIKACIJE

Komunikacija je proces pošiljateljeva odašiljanja informacije odabranom ili neodabranom primatelju. Nepoznati ili neodređeni primatelji ne umanjuju važnost poruke. Autor Simulacije i zbilje navodi Jakobsonov koncept komunikacije. Jakobsonova formula (Jakobson, 1995: prema Katnić-Bakaršić, 1999) izgleda ovako: odašiljatelj – poruka – primatelj, a važnost Baudrillard vidi u primateljevu dekodiranju poruke. Informacija je sadržaj s odgovarajućim značenjem za koje se pretpostavlja da je čitljiv i jednoznačan. Jednoznačnost će zastupati prisustvo koda, a samim time i odgovarajući položaji enkodera (odašiljatelja) i dekodera (primatelja); bez koda nema ni odašiljatelja ni primatelja, ističe Baudrillard (2001: 43).

Smjer komunikacije se može okrenuti tako da primatelj postane pošiljatelj, iako je provedba tog plana pomalo utopijska. Primatelj može poslati odgovor (pismo, komentar, javljanje u eter), no teško će to učiti bez utjecaja samog pošiljatelja. Primatelji medijskih poruka često nisu svjesni indoktrinacije izvršene od strane medija nad publikom u kalupu nesvjesne komunikacije. Sadržaj koji stvara publika bez izravnog utjecaja medijskih divova može značiti da je u pitanju drugačiji (Baudrillard) pristup smjeru komunikacije. U tom slučaju publika stvara značenje bez izravnog utjecaja medijskih divova te u tom slučaju publika predstavlja nepristranog i aktivnog pošiljatelja informacija u medijskom svijetu. čo

## 5. 2. MASMEDIJSKO POVJERENJE

Mrežno izdanje Leksikografskog zavoda Miroslav Krleža sveobuhvatno definira pojam masovnih medija: „sredstva masovnog priopćavanja, skupni naziv za komunikacijska sredstva, sredstva javnog priopćavanja i ustanove koje djeluju na velik broj čitatelja.“ (2020)

Djelovanje na velik broj ljudi na bilo koji način (bilo kakvim sredstvom priopćavanja) dolazi uz određenu odgovornost. Jedan dio odgovornosti je stjecanje povjerenja publike. Masmedijska produkcija sadržaja proizvodi sadržaj te se prema sadržaju odnosi kao prema proizvodu. Najbitnija komponenta medijske priče je prodaja, bez obzira na karakter priče.

Sead Alić u djelu *Masmediji, zatvor bez zidova* tvrdi da je forma masmedijske vijesti prikazivanje ljudske patnje na dirljiv način. Gledatelj igra ulogu promatrača patnje drugog čovjeka. Alić također tvrdi da je masmedijska svijest naviknuti se na to da onaj tko ulaže u oglašavanje

svog proizvoda, vjerojatno ima i proizvod vrijedan povjerenja. Sve dok gledatelj želi biti zaveden ili prevaren, dopušteno je zavoditi ili varati. Važno je samo da se proizvod proda! Masmedijska komunikacija, prema Alićevom tekstu (2012: 110), pretvara javnost u masu, a protivnike medija u teroriste. Alić također navodi primjer po kojemu se potvrđuje tvrdnja da su televizijske korporacije ustvari mediji Objave jer točno predviđaju kada će se nešto dogoditi u svijetu:

Prema informacijama Noama Chomskog, tri su američke televizijske korporacije 1986. godine, neposredno prije američkog bombardiranja dva libijska grada zakupile terase hotela s kojih je pucao najljepši pogled na područja po kojima će – padati bombe. Te korporacije ne samo da su znale za napad, nego je napad usklađen s najgledanijim terminima tih korporacija. (2012: 110)

Građani su tako postali gledatelji događaja usklađenih s medijski izmišljenim rasporedom i nagovještajima medijskih stručnjaka. Važno je zadovoljiti investitore i producente medijskog sadržaja. Alić je uvjeren da mediji komuniciraju u smjeru: mi znamo što je istina, a ujedno ju i stvaramo. Korporativni mediji upiru prstom u krivce, govore o krizi povjerenja i odgovornosti kako bi oni ostali junaci povjerenja i odgovornosti u očima slijepe publike. Ljudska zbilja je prema Alićevom viđenju postala svijet mreže i kloniranja te svijet proizvodnje idola u službi održavanja odnosa društva kažnjenog stalnim izmišljanjem novih nužnosti kao povoda novoj proizvodnji. (Alić, 2012: 112).

Povjerenje je poljuljano, no čini se da je upravo suprotno; slogani velikih korporacija progovaraju jačinu povjerenja publike („Mi smo tu za vas“, „Uvijek uz vas.“). Čini se da samo stručnjaci za masmedijsku komunikaciju znaju što se događa, a zapravo stvaraju ekscisivnu količinu laži. Svijet čezne za pravodobnim izvorom informacija, pozadinom priče i konačno za iskrenom komunikacijom koja se ne krije iza fasade masmedija. Političari se igraju s medijima, a mediji se igraju politike. Alić podupire tu tvrdnju argumentom: „Interes medija je širenje prema maksimalnom broju konzumenata, a osnovni interes političara je vidljivost od strane tako velikog broja konzumenata.“ (2012: 117).

Proizvođači medijskog sadržaja prikrivaju stvarne namjere; jedan od primjera je prikriveno oglašavanje proizvoda putem vidljivog logotipa ili nenaznačene reklame proizvoda, protiv čega Alić također izražava strogu kritiku: „Malo toga se kaže, ali se puno toga vidi na pozadini ispred koje se stoji. Logotipi i poruke rade svoje. Neplaćeno. Nekažnjeno.“ (2012: 117).

Kreatori masmedijskog sadržaja su snalažljivi, poduzetni i rječiti pojedinci koji su sposobni manipulirati interesima, svjetonazorima, potrebama, željama i novčanikom potrošača sadržaja.

### 5. 3. MEDIJI ZAVODNICI

Baudrillard (2001: 109) zavodjenje definira kao faktor oduzimanja značenja bilo kakvom zbiljskom kontekstu. Prilično se jednostavnim čini medije nazvati predstojećim zavodnicima današnjeg vremena. Prividi (sredstva zavodjenja) značajni su ukoliko igraju ulogu zavodjenja znakovima te se interpretacijom privida predviđa i uništava bilo kakva mogućnost za istinito tumačenje značenja. Ono što privid čini zavodljivim je neistinitost značenja. Privid nije ono što se tvrdi da zapravo je, što znači da je neistina glavna karakteristika i moć privida. Privid je moćan jer ga je zbog lažnog karaktera nemoguće istinski shvatiti. Sredstvo uklanjanja značenja je ključno kod privida jer se značenjem nikoga ne može zavesti.

Čovjeku je privlačno biti zaveden i zavoditi vlastitu okolinu sredstvima zavodjenja. Jedan od tih je korištenje tehnoloških produžetaka kako bismo odlutali u drugu stvarnost i samim time pridali vlastitoj stvarnosti novo značenje. Baudrillard tvrdi da je zbiljski kontekst osuđen na zavodljivost privida korištenjem tehnika zavodjenja, no naposljetku zbilja gubi prvotnu svrhu, a svrha joj postaje pražnjenje od značenja da bi se dosegla strast privida (2001: 110). Alat zavodljivosti privida je tzv. „varka za oko“, kako ju naziva Baudrillard u poglavlju Varka za oko ili začarana simulacija. Varka za oko koristi tehniku „lažnijeg od lažnog“ kako bi ostvarila začaranu simulaciju slike. Zbilja tako doseže prazninu značenja i istovremeno društveni život doseže razinu otpadaka, u procesu stvaranja izmišljene društvene hijerarhije (Baudrillard, 2001: 115 – 116).

Stoga na mjesto prisutne zbiljnosti dolazi izmišljeni beznačajni spektakl. Ironija beznačajnog privida je u njegovoj uprizorenoj stvarnosti. Privid se čovjeku čini stvarnijim od same stvarnosti. Baudrillard štoviše samu stvarnost naziva uprizorenjem svijeta. Pretjeranost privida je u tome što predmet privida nalikuje stvarnom objektu do te mjere da ih se međusobno ne može razlikovati ljudskim okom. Može se reći da prividom čovjek nastoji sakriti istinu koja je lažna. Baudrillard pokušava objasniti što znači biti zaveden neistinom: „Biti zaveden, znači biti odvrćen od svoje istine. Zavesti znači odvratiti drugoga od njegove istine. Ta istina nadalje tvori tajnu koja mu izmiče“ (Descombes prema Baudrillard, 2001: 123). Baudrillard u navedenim tvrdnjama želi

još jednom ukazati na odsutstvo istine u svijetu prividne stvarnosti. Prividna stvarnost tvori ljude zavedene tajnama i lažima pod izlikom da žive pravu istinu. Dakle, čovjek misli da živi stvarnost, a ne privid dok ga krotitelji laži sve više odvrćaju od prave istine.

## 6. ZAKLJUČAK

Cilj ovog rada je bio pojasniti ljudsku zbilju u kontekstu društva spektakla te objasniti masovni utjecaj društva spektakla i spektakularizirane zbilje na ljudsku svijest i funkcioniranje društva. Namjera je bila pokriti aspekte utjecaja spektakla u pogledu modernog društva i modernog pojedinca. Uz uvid da je kroz povijest došlo do razvitka tri oblika spektakla: koncentriranog, raspršenog i integriranog, dosegnuti su zaključci o suživotu čovjeka, tehnologije i spektakla. Glavna teza ovoga rada je da ljudska zbilja sadrži elemente društva spektakla, a takvo društvo koristi medije kao zavodnike da bi ljudska stvarnost postala medijska stvarnost.

Na prethodnim stranicama pokazalo se da spektakl postaje vidljiv specijaliziranim sredstvima apstrahirajući osjetilo vida tako da pojava postaje jednostavnija i vidljiva, a sam spektakl sebe postavlja ljudskom oku nevidljivim, što znači da ga primatelj nesvjesno konzumira. Također se pokazalo da su ljudi ujedinjeni u otuđenosti što dovodi do osjećaja praznine iako se zagovara osjećaj zajedništva i sinergije. Nadalje, ekonomija spektakla kroz proizvodnju robe zadovoljava pseudo potrebe svedene na onu najvažniju, a ta je održavanje pogona ekonomije spektakla. Tijekom rada utvrdilo se da u društvu spektakla čovjeka glumi zvijezda banalnosti koja posjeduje poboljšane kvalitete i mogućnosti običnog čovjeka te ih reklamira kao svima pristupačne. „Spektakl je samo slika sretnog ujedinjenja okruženog očajem i strahom, u mirnom središtu sreće. (Debord, 1999: 65)

Iz prethodno navedenih argumenata slijedi da mediji stvaraju privid društvene angažiranosti dok su s druge strane ekrana od aktivnog čovjeka učinili pasivnog roba otupjelih osjetila bez socijalne svijesti. Baudrillard pojačava jačinu tih argumenata tvrdnjom da će događaj ili informacija doživjeti zaborav prekomjernim ponavljanjem i spektakularizacijom. Prekomjerna količina ponavljanja i spektakla informaciju čine nebitnom. Medijskim divovima je važno zadovoljiti investitore i producente medijskog sadržaja. Kreatori masmedijskog sadržaja su snalažljivi, poduzetni i rječiti pojedinci koji su sposobni manipulirati interesima, svjetonazorima, potrebama, željama i novčanikom potrošača sadržaja. Baudrillard zaključuje misao o nepovjerenju prema medijima tezom o varci za oko kojom se uništava stvarno značenje te se zbilja pretvara u teatralni besmisao. Uzevši u obzir ono što je pokazano u ovom radu trebalo bi zaključiti da društvo spektakla kroji medijsku stvarnost te diktira protok i značenje informacija.

## 7. POPIS LITERATURE

1. Alić, S. (2012) *Masmediji, zatvor bez zidova*, Zagreb: Centar za filozofiju medija i mediološka istraživanja
2. Baudrillard, J. (1981/2001) *Simulacija i zbilja*, prev. G.V. Popović , Zagreb: Sociološka biblioteka
3. Benić M., Jergovski A. (2007) Rječnik filozofskih pojmova, <https://www.filozofija.org/rjecnik-filozofskih-pojmova/#S>, stranica posjećena: 11. kolovoza 2020.
4. Bennett, T. (1982) »Media, “reality”, signification«, (ur.): M. Gurevitch, T. Bennett, J. Curran, J. Wollacott, u: *Culture, Society and the Media*, London: Methnen & Co., str. 285 – 306
5. Debord, G, (1967/1999) *Društvo spektakla*, prev. G. Vujasinović, Zagreb: Arkzin
6. Hromadžić, H. (2013) »Politika, društvo spektakla i medijska konstrukcija realnosti«, *Politička misao*, sv. 50 (2): str. 63 – 64
7. *Hrvatska enciklopedija*, mrežno izdanje, Leksikografski zavod Miroslav Kreleža, <https://www.enciklopedija.hr/> , stranica posjećena: 11. kolovoza 2020.
8. Jakobson, R. (1995) *On Language*, Cambridge: Harvard University Press
9. Katnić-Bakaršić, Marina (1999) *Lingvistička stilistika*, Prag: Research Support Scheme
10. McLuhan, M. (1964/2008) *Razumijevanje medija*, prev. D. Prpa, Zagreb: Golden marketing-tehnička knjiga