

Kamenko Bulić

УДК 316.776:[616.98:578.834 ; 316.776: 323.23]: 364.624.4

Amsterdamska škola socioloških istraživanja (ASSR)

Kraljevina Nizozemska

Open University, Milton Keynes

Ujedinjeno Kraljevstvo

## PANDEMIJA PANMEDIJA: Speleologija medijske alkemije: Nepristrasnost samoće

*Ljudski rod prebiva neizmenjen u Platonovoj pećini, naslađujući se još uvek, po prastaroj navici, pukim slikama istine.*

(Susan Sontag)

*Apstrakt:* Usamljenost ljudskog roda nikada nije bila tako eklatantno promovirana kao sa naredbom socijalne distance i izolacije u vrijeme pandemije koronarnog virusa *Covid19* u zimu i proljeće 2020 godine. Kontroverzna poštast i globalna panika čine fenomen bez presedana komparativno mitoloških proporcija: Čovječanstvo se zbilo u političko-socijalno-zdravstvenom projektu obuzdavanja okuživanja virusom diskutabilne kakvoće. Zaključujući ovaj rad u osamdesetom danu krize, u uvjetima globalne kognitivne distance, pokazujemo kako se panmedijska transmisija političke volje služi jednakom i primordijalnim obrascima i modernim tehnologijama u hipotetičkom globalnom socijalnom inženjeringu. Postavljamo *case study* i istražujemo programsku politiku etabliranog globalnog mainstream BBC-ja i kako ta politika definira samoproklamiranu nepristrastnost medija – *impartiality*. Ova programska politika nije izmijenjena ili prilagođena novonastaloj situaciji u kojoj je svjetska kriza – pandemija – u dugom vremenskom periodu postala primarna planetarna vijest. Ista se metodologija i procedura kreiranja i plasmana vijesti primjenjuje i kada politička volja zahtijeva od medija da promoviraju i propagiraju primoravanje grupa i pojedinaca na *socijalnu distancu*, izolaciju i samoću.

Vjerujemo da panmedijski socijalni inženjering u uvjetima pandemiske turbulencije dovodi do promjene u ustrojstvu kolektiva i ponašanju pojedinaca kroz promicanje novih obrazaca ponašanja. U ovom kontekstu, BBC suptilno rabi primordijalne modalitete i manipulative: udvaranjem podsvjesnim perceptivnim sposobnostima premješta korisnikovo saznajno polje iz realnih u spekulativne identitetske obrasce, hipotetički u domenu pseudoreligijskog, mitološkog, magijskog, ako ne i okultnog karaktera. U ovoj temeljnoj relaciji našeg ispitavanja, postglobalni i postpandemijski svijet nisu u našem fokusu. Naš ideal bi bio da istražujemo da li će

posljedica ove krize biti promjena paradigmе čovječanstva. No, takva smjela postavka ostaje na idealu; daleko kompleksnija znanstvena ekspertiza ovdje bi bila frustrirana grandioznošću, pa i pompeznosću takvog otkrovenja. U jednoj vrsti distance od smjelih interpretacija – mi se za sada pitamo da li panmediji u pandemijskoj situaciji, kao povoljnoj sociološko-antropološkoj laboratoriji – kreiraju potencijal za promjenu paradigmе i nastanak globalnog totalitarizma kao najvišeg, ako ne i završnog stadija globalizacije.

*Ključне riječi:* alkemija, BBC, estetika, izolacija, mitologija, nepristrasnost, socijalna distanca, špilja ili pećina, teorije urote, totalitarizam.

## TEORIJSKE I METODOLOŠKE KONSIDERACIJE

*Ne pada snijeg da pokrije zemlju nego da svaka zvijer tragove pokaže.*

Pandemija – *in medias res* – već se referira kao epski događaj, čiji se počeci lociraju u nejasnim okolnostima, konfuznim informacijama, a najviše u panici političkih struktura koja je u planetarnom stampedu rezultirala odlukama o zatvaranju država, teritorija i javnih prostora, prisilnim karantenom za putujuće, a u dobrom dijelu zemalja i stavljanju ukupnog pučanstva ili stanovništva u kućni pritvor. U tomu i BBC izvršava transmisiju naredbe o socijalnoj izolaciji, ali ne kao obični dobošar, već etabliranim metodologijama ostvaruje opravdanje i propagandizaciju te izolacije kao jedinog i nekritičnog odgovora na pretpostavljenu pandemiju. Mi istražujemo BBC-jeve legalne programske dokumente i uređivačku politiku, a napose misterioznu definiciju nepristrasnosti. Kako se taj koncept – uvjetno govoreći koncept objektivnosti i neutralnosti – pretvara u vijesti i transmitira, analizirat ćemo kroz skrutinizaciju reprezentativnih uzoraka globalnih vijesti iz BBC proizvodnje. Naša je ambicija skromna, a pristup minimalistički sa dvije grupe pitanja:

- Da li su metodi medijskog utjecaja i manipulacije oduvijek bili isti, a samo su se tehnologije i potencijalni domet rapidno modernizirali kroz povijest? Poredimo *najprimitivniji* medij u povijesti – prehistorijski totemični crtež sa *supermodernom* globalnom medijskom službom – BBC korporacijom – tvrdeći da oba *medija* transcendentiraju značenja i predstave magijskim mehanizmima i algoritmima.
- Koliko su panmediji tijekom pandemije utjecali na razvoj i umnožavanje teorija zavjera ili teorija konspiracije, napose u domenu izolacije i osamljivanja grupa i pojedinaca? U namjeri da se i sami ne uglibimo u

ove teorije, na kraju ovog rada donosimo blic anketu u kojoj smo tražili od 50 informantâ, raznih uzrasta i zanimanja, da nam odgovore kakvo je značenje pandemijskog događaja u njihovoј percepciji, dijeleći svoje mišljenje prema konzumiranju BBC-jevih globalnih vijesti.

BBC-jeva panmedijska *World News* poruka je monokrona, njen narativ jednodimenzionalan, a efekt jednokolosječan. Izvan *mejnstrima* su šire komunikacioni infinitumi koji se relativno referiraju kao nezavisni, alternativni, sa socijalnim mrežama, blogovima, podcastima i ostalim *metabolitima*, koji se više ne mogu ni klasificirati. Takvi obitavaju u jednoj drugoj mitološkoj pećini – Aladinovoj – punoj neobičnih blaga – teorija urota ili konspiracija kojima nema ni broja ni imena, a do njih se može, kao u svim fantazmogračnim halucinacijama, doći jedino izgavaranjem tajne šifre, magične lozinke, ukucavanjem *passworda* na pećinski otvor. Mi im tek simbolično pridajemo pažnju observacijom spektra plauzibilnosti teorija koje su iždžikljale na pandemiji panmedija. Metodološki smo, zbog obaveznosti socijalne distance, morali ove informante, stidljivo kao mlada, kontaktirati ili iz propisane udaljenosti, ili preko komunikacijskih mrežoba.

## MEDIJI KROZ POVIJEST: OD CRTEŽA DO ALGORITMA

*Bilo koja tehnologija koja je izuzetno napredna ne razlikuje se od magije.*

(Arthur C. Clarke)

Po našem razumijevanju, primordijalne medije nalazimo u špiljama Altamire (Španija) i Lascaux (Francuska). Slikarije stare između 10.000 i 15.000 godina, sa prikazima ranjenog bika ili životinja napadnutih od čovjeka povijest je svrstala u umjetnost, ali u vrijeme kada su ova djela sazdana, njihova je funkcija bila utilitarna, da se prehistorijskom čovjeku magijski naredi da se zaputi u lov, te da mu se ritualno izdaju *uputstva* kako da opkoli i dokrajči plijen. Lovačka je magija, prema H. W. Jansenu, povjesničaru umjetnosti, zahtjevala „samo nagrublju i najšematsku predstavu“ (Jansen 1994: 19) kako bi lovci bili što uspješniji, jer je od toga zavisio i opstanak zajednice. Tako je uvjetno rečeno stvoren i prvi medij, a „emocionalna magija ove vrste ni danas još nije mrtva“ (Ibid.: 20).

Nekoliko munjevitih tisuća godina docnije, uslijedila je neolitska revolucija uzrokovanja pripitomljavanjem zvijeri i razvojem zemljoradnje, ali su matrice socijalnog upravljanja, magija i ritual, zadržali svoju mističnu i

emocionalnu snagu. Upravljanje je oduvijek tražilo komunikaciju – transmisiju. U tom smislu, od medija kamenog doba do medija digitalnog doba samo značenje pojma *medij* kao transmitora onih „struktura društva koje postoje da bi komunicirale sa širom javnošću, komunikacioni kanal“ (*Tech-nopedia* 2019) ostaje validno, s tim što su se te forme transmisije pomjerale od magije do religijske prinude, od informacije i obavještavanja, od kodiranja podataka do cyber supertehnologija. Ova fundamentalna funkcija se izvršavala sukladno tehničkom usponu čovječanstva, ali se esencijalno *ciljevi i zadaci* prvobitne utilitarnosti nisu mijenjali, a time vjerojatno ni uloga, značaj i efekti medijske transmisije. Radi se o poruci koja je tako kodirana da onima kojima je upućena mora biti jasna i prijemčiva sa podstrijekom na socijalnu akciju, ali i sa projekcijom pogleda na svijet i mesta čovjeka u tom svijetu. S te strane, amalgam poruke ostavlja konzumente u mraku, saznajno im nije potrebno više od performativnih tutorijala, pa se tako naseljenici u jednoj drugoj špilji – Platonovoju – ne mogu pomjeriti sa mjesta, jer imaju okove na bedrima i vratovima:

Svetlost im, međutim, dolazi od vatre koja gori iznad njih i daleko iza njihovih leđa. Između vatre i okovanih vodi gore put, a pored njega zamislili da je podignut zid kao ograda kakvu podižu mađioničari da iznad nje pokazuju svoju veštinu (Platon 1976: 206).

Ovdje medije simboliziraju vatre i sjenke tih vatri, sužnji primaju vrlo limitiranu poruku, a nosioci poruka su nadnaravna bića, mađioničari. Medij, kao fantazmagorična seansa, kao da od prapovijesti do danas obitava u špiljama sa limitiranim uvidom u stanje stvari. Platonovu široko citiranu alegoriju će u dvadesetom stoljeću reinterpretirati Susan Sontag: „Ljudski rod prebiva neizmjenjen u Platonovoj pećini, naslađujući se još uvek, po prastaroj navici, pukim slikama istine“ (Sontag 1982: 17).

Nakon ritualno simboličnih pećinskih medija i brzog klicanja prvih civilizacija, nastaju, od Dalekog istoka do ranog islamskog svijeta, prve mehaničke tehnologije *blokova za štampu*. One nisu imale veliki utjecaj na prosvjećivanje ljudske populacije, osim artikuliranja imperijalne moći i širenja religijske misli, sve do pandemije kuge sredinom četrnaestog stoljeća. Biljana Đorović, teoretičarka medija, u studiji fatalistički naslovljenoj *Mediji: ubice stvarnosti* (2018), elaborirajući razvoj medijskih tehnologija, zapaža da je pravi razvoj medija uslijedio tek nakon „jedne od najrazornijih pandemija kuge u istoriji čovečanstva koja je započela u jugoistočnoj Aziji i proširila se na Evropu, gde je pokosila između jedne i dve trećine ljudi“ (Đorović 2018: 17). *Tek tada*, nakon pandemije, pojavljuje se višak sirovina za proizvodnju papira, vodeći ka renesansi kroz povećanu potražnju knjiga i dokumenata

(Van Doren 1991: 154). *Mediamorfoza (mediamorphosis)*, термин који је исковao Roger Fiddler, označava transformaciju komunikativnih медија kroz kompleksно preplitanje опаžajnih потреба, konkurenatskih i političkih притисака, te društvenih i tehnološких иновација (Fiddler 1997: 6).

Gutenbergova presa je bila прва u низу revolucija koje preko telegraфа, radiја, televizије, satelitskih комуникација i данашње *WorldWideWeb* izmješta čovječanstvo iz садашњости u будућност ili možda u jedan magijski infinitezimalni trenutak između mehanike i elektronike. Dok je mehanika predindustrijske prese логičки razumljiva pukim posmatranjem, izum telegraфа, a docnije radija i televizije, ostavljao je sve više mehaničku energiju u прошlosti, a energije будућnosti su bile sve manje razumljive sve više usamljenom neprofesionalnom dijelu populacije. Rapidni tehnološki progres je doveo do onoga što u utopijskom gradu будућnosti – Dijasparu – Arthur C. Clarke naziva idealom savršene машине: „машина не сме да садржи покретне делове“ (Klark 1978: 140). Ta машина, Centralni Kompjutor, zapravo upravlja ovim futurističkim gradom, pretečom *pametnog grada*. Clarke, pisac znanstvene ili naučne fantastike, je još четрдесетих година prognozirao nastanak komunikacijskih satelita, koji su od шездесетих година прошлог вијека настали Zemljiniu orbitu i то na geostacionarnoj visini koja se зove *Klarkov појас*. Clarke je prometejski znanstvenu ili naučnu fantastiku doveo na nivo respektibilнog žanra, „savremenog izraza jedne дуге tradicije mitskog pogleda na свет“ (Živković 1976: 14). Napose, propovjedači utopije i distopije (Asimov, Bradbury, Dick, Lem, Silverberg, Tarkovski, Wells, Zamjatin i drugi) se moraju honorirati jer су kreirali specifični i sve utjecajniji diskurs, značajan referencijalni okvir, napose u anticipiranju znanstvenih otkrića i predvidljive maštovitosti u razvoju будуćih ljudskih zajednica.

Prvobitni je čovjek, ne razumijevajući nebeski svod, napučio zvijezde bogovima; данашnji je čovjek te iste zvijezde pretvorio u svoj *domain*, ali ne razumijevajući više sebe samog. Brzina kretanja информација, tehnološki феномени i гадžети, te novokovanice попут *cyberspace*, *hyperspace*, *real time*, *simulirana stvarnost*, svi fundamentalni концепти материјалног svijeta se terminoški sele u nepoznatu земљу, lociranu nigdje i nikada! Ovo ako ćemo ovako shvatiti Bodrijarову (1991) zamjenu stvarnosti i značenja znakovima i simbolima, чинеći iskustvo simulacijom stvarnosti.

U tom smislu, razumijevanje ovog realma je frustrirano kvantitetom информација i neogовором које су ове технологије створиле. Slobodan Reljić, новинар, sociolog i teoretičar медија, подигао је maglu sa овih концепата i sumirao функционирања ових технологија u *Bukvaru medijske pismenosti* (2013), jednoj vrsti *mediapedije*.

Reljić observira kako poplave информација napose u superkonzumerizmu postkapitalizma vode ljude u „teskobu i nesigurnost” (Reljić 2013: 72). Postepeni nestanak optimističnog poretka „u kome se tako neupitno gajila vizija o svetloj čovekovoj budućnosti” dešava se unatoč krikova usamljenih pojedinaca, te tako „zapadna civilizacija, njene vrednosti, a samim tim i njeni instrumenti gube orijentaciju”. Iluzije svijetle budućnosti se rasplinjuju u dobu dezinformacija i dobu neznanja (Ibid.: 41). Ovakvu je situaciju anticirao i Paul Virilio (2005: 18): „Cilj tehnološke inovacije je smanjenje socijalnih kontakata”. Sukladno modernim društvenim pritiscima ka izolaciji, smanjuju se fizički kontakti, a virtualni se rapidno umnažaju. U tom smislu su mediji „substitucija nekadašnjeg svijeta” (McLuhan 1967: 22), sve više i substitucija socijalibilnosti na socijalnim mrežama. Paradoks je da se na ovim paukovinama bijeg od samoće pretvorio u još veću samoću. Može li se iz toga pobjeći? Pozivajući na prosvjećivanje, na *medijsko opismenjivanje*, Reljić to opismenjivanje postavlja kao najefikasnije polazište za borbu protiv otuđenja i ropstva informacionim mrežama.

U istoj misiji, Biljana Đorović poziva na identifikaciju medijskih tehnologija, njihovu logiku i ulogu u *ubijanju stvarnosti*: „ljudsko je stanje osuđeno na mentalnu dijasporu mreža i uticaja”. Kao i Sontag, i Reljić i Đorović aludiraju na *postmodernističku* Platonovu alegoriju, i to možda onaj dio o izlasku sužanja iz pećine.

U predstavljanju konkretne panmedejske proizvodnje stvarnosti i mistifikacije istine, ali i socijalne mobilizacije i socijalnog konformizma, konačno samoće kao posljedice medijske nepismenosti pa do pećinskog mentaliteta, mi sondiramo BBC-jev koncept nepristrasnosti tragajući za ovdje apostrofiranom magijom i metodologijama koje ne podnose svjetlost dana, dakle još uvijek u speleološkoj ekspediciji.

## BBC KAO PLEMENITI LAŽOV: ETIKA I KREDIBILITET

*A krenuh u lov, kroz visoku raž*

*Preko brda zvanog debela laž*

(prema sjećanju na Mačka Tošu Branka Čopića)

Osnovana kraljevskim dekretom 1922. godine, BBC korporacija (*The British Broadcasting Corporation*), sa svojom Svjetskom službom (*BBC World Service*) započetom 1932. kao *Imperijalni BBC* najveći je medij

– *broadcaster* (*distributer*) na svijetu. Emitira na 28 jezika u televizijskoj, radio i online formama. Korporacija živi na proračunu ili budžetu Ureda (ministarstva) za inostrane i poslove Commonwealtha (*The Foreign and Commonwealth Office*). BBC sebe formalno definira kao *kulturološko lijevi* i *liberalni medij* sa neopredjeljenom (*unbiased*) ili nepristrasnom (*impartial*) uređivačkom politikom. Ovakva samoproklamirano smjela koncepcija je permanentno predmet kritika sa gotovo svih spektara javnog realma, sa temeljnim prigovorom da deklaracija nepristrasnosti predstavlja ljušturu, nešto kao astralnu formu duboko neobjektivnog i pristrasnog medija. S jedne strane, legendarna ali i objektivno postojeća BBC-jeva audio-vizualna ljepota sa tehnološkom perfekcijom jeste dimna zavjesa za zamagljivanje i kompromitiranje istine metodom zaklanjanja iza političkih autoriteta (Baumann et al. 2011: 140). S druge strane, BBC disidenti su znatno oštiri u diskreditaciji bivšeg poslodavca. Robin Aitken naziva BBC „plemenitim lažovom“ koji iskriviljuje (*distort*) istinu, te metodama svjesne eliminacije (*omission*) i preveličavanja ili preelaboriranja (*amplifications*) nečasno promovira liberalnu pristrasnost (*liberal bias*) takozvanog lijevog krila političkog spektra (Aitken 2018). U jednoj drugoj invektivi, David Sedgwick, kazališni kritičar, upozorava korisnike da im Korporacija cinično inspirira mozač (*brainwashing*). Rabeći paralele sa orvelijanizmom, Sedgwick upozorava na korporacijske neprekidne, nesmiljene, hipokritične (*willful, deceitful and incessant*) trikove i prevare (*tricks and subterfuges*) u zoni medijskog mračnjaštva (Sedgwick 2018).

Činjenica je da su brojni prominentni BBC-jevi novinari, dolazeći u sukobe sa uredništvom, napuštali Korporaciju pa javno izlazili sa razarajućim *insider-zviždačkim* otkrovenjima, ako ne asanžovskim fundamentalnim *leaks*. Tragajući za prauzrokom ovih frustracija, mi smo istraživali BBC-jeve programske dokumente koji reguliraju programsku politiku i metodologiju produkcije vijesti. Polazna informacija je bio interni programski manual (*guidelines*), gdje se uputstva za prakticiranje nepristrasnosti daju u obliku magijsko-ritualne ceremonije. BBC-jev urednik se referira kao vrhovni mag – *alkemičar* – koji zna koje tajne sastojke valja pomiješati i u kom omjeru da bi se dobila proverbijalna nepristrasnost, korporativni zaštitni znak. Alkemijska uputstva dočaravaju kako globalni broadcaster kreira dimne i gasne zavjese i metodom jezičkog amalgama sintetizira diskutabilnu nepristrasnost.

## DVANAEST TAJNIH ALKEMIJSKIH BOČICA NEPRISTRASNOSTI! ILI TRINAEST?

Magija je stara koliko i čovječanstvo, nije se mnogo mijenjala kroz povijest i postoji u svim jezicima i svim kulturama i *oduvijek je bila jedna vrsta komunikacije*.

BBC documentary: *History of Magic*, Sep 8, 2014 (naš kurziv)

Saznanje kako se zapravo mućka koktel nepristrasnosti je sukladno programskim uputstvima uređivačkog kolegija (*BBC Trust*) pod teško razumljivim naslovom: „Od klackalice do točka vagona: kako zajamčiti/osigurati nepristrasnost u 21 vijeku“ (*From Seesaw to Wagon Wheel: Safeguarding Impartiality in the 21st Century*). Polazište je da je nepristrasnost ambiciozna i domaća (*home grown*) aspiracija „razvijena kulturološki, a ne legalisticki“ (*BBC Trust 2007: 23*). Tvrdi se da je objašnjenje stvaranja aure nepristrasnosti neuvhvatljivo (*elusive*) jer se radi o magičnoj supstanci koja je više očigledna kada je nema nego kada je ima (*more evident in its absence than in its presence*).

Definicija nepristrasnosti je „ostavljena filozofima“, ali njena magična emulzija se alkemira kroz narednu BBC recepturu:

Postoji 12 bočica na alkemijskoj polici a na svakoj bočici se nalazi etiketa (*label*) sa slijedećim natpisima: točnost, ravnoteža, kontekst, distanca, izjednačenost, korektnost, objektivnost, otvorenost, strogošt, samosvijest, transparentnost i istina (*accuracy, balance, context, distance, evenhandedness, fairness, objectivity, open-mindedness, rigor, self-awareness, transparency, and truth*) (*Ibid.: 23*).

Manifest inzistira da su sve bočice jednakobitne jer svaka zasebno ne znači nepristrasnost, pa je upozorenje urednika – glavnog kuhara, odnosno BBC-ijevog alkemičara – da jedna bočica *legitimno* ne može biti preimenovana zamjenom etikete (*relabelled*) jer samo (*only*) alkemičar – urednik (*programme-maker*) zna kako da ih sve pomiješa u kompleksan *cocktail*, što je njegov zadatak (*Ibid.*).

Što je zapravo kemijska suština ovog koktela i kakvo je vještičarenje potrebno da se načini prava mješavina za različite medijske žanrove (*genres*)? Uputstvo objašnjava da su tu potrebne različite proporcije, jer svaka BBC-ijeva tvorevina (*output*) mora biti mješavina (*mixture*). Slijedi završna procedura i definitivni produkt je zapravo plin ili gas, gas nepristrasnosti, nepristrasni gas, doslovno ovako:

Kemijska reakcija ne smije dovesti do prečvrstog (*rigidnog*), ali ni likvidnog (previše tečnog) gasa već, naravno, bezopasnog gasa bez misira, gasa kojim će se ispuniti (*infuse*) redakcijski prostor (*programme-making environment*), gasa kojeg će zdravo udisati svi koji tu rade.

BBC-jeve čuvarkuće su tako laboratorijski kreirali pitki gas kojeg urednici udišu sve praveći neupitno nepristrasne vijesti. Na sreću, u ovoj laboratoriji, mada alkemijskoj, nema šumskog zvjerinja, slijepih miševa i zmijoba, pa ni opasnih virusa nastalih nekim pleonazmičnim *križanjem neukrstivih vrsta*. BBC-jeve bočice su sve redom kompatibilne. Bitno je da u pandemiskim vremenima panmedijski BBC-jev gas nema virusa pa ni potencijal kontaminacije, osim da opije novinare – gasom! A i svoje korisnike – *World Audience* – u nekoj vrsti pandemije panmedija.

Međutim, ovdje se receptura ne završava, gas nepristrasnosti nije savršen i završen jer nešto nedostaje: kao u svim magijskim *haripoterskim* vrhuncima i *agatakristijanskim* obrtima, mora se odnekud pojaviti zli čarobnjak, neki mrzitelj BBC-ja ili kradljivac tajnih napitaka, neprijatelj nepristrasnosti. Taj neprijatelj je sadržan, kaže se u instrukcijama, u potencijalno negativnom značenju pojma nepristrasnost. Početak riječi sa prefiksom *ne-* (u engleskom *im-*), poput *ne-savršenosti* ili *ne-moralnosti* (*im-perfection, im-morality*), zvuči negativno a teži se da zvuči pozitivno. Tu se, kao u svim mitskim pričobama, odjednom pojavljuje volšebna trinaesta bočica na čijoj etiketi piše *kompletност* (*Completeness*). Na taj način je ta posljednja bočica na raspolaganju alkemistu – završava time BBC-jev stručni tim koji ovom recepturom „od klackalice do točka vagona“ alkemira sada potpunu i savršenu nepristrasnost (Ibid.: 23).

Prema oxfordskom rječniku, alkemija (*alchemy*) je „okultna znanost poput astrologije, transmutacija materije, napose običnih metala u zlato, ili traganje za univerzalnim eliksirom“. Kolokvijalno je alkemija magična znanost pretvaranja obične materije u zlato, banalnosti u dragocjenost. Gotovo svi rječnici u tumačenju pojma alkemije su *pristrasni*, tvrdeći da se radi o prevari. Osnovni princip opsjene je definitivno u recepturi: sad vidiš – sad ne vidiš. Tek kada se uredništvo napije tog gasa sa tajnim sastojcima iz 12, zapravo 13 bočica, eto uređivačkog otajstva: hokus-pokus-nepristrasnost!

Međutim, u namjeri da i mi budemo nepristrasni, želimo ukazati na kvalitete BBC-jevske produkcije, kvalitete koji ovaj medij čine i gledanim i čekiram. Zasigurno, ovdje ne prestaje magija, već dodatni efekti magije u vidu zavodljivosti, šarma i ljepote, odnosno receptornih BBC-ijevih kvaliteta – „izraženi kroz odmjerenu sintaksu i stilistički samouvjerenu prozodiju“, a naročito „kroz četvorostruku estetiku: oralnu i kognitivnu udruženu sa prisnoćom i autoritetom“ (Baumann et al. 2011: 140).

## BBC ALKEMIJA ESTETIZACIJE, MITOLOGIZIRANJA I DEMONIZIRANJA

*Forde, nas dvanaest sastavi u jedno  
Društvena rijeka da budemo trajna  
Daj da svi sliveni potečemo vrijedno  
Brzo kao tvoja Limuzina sjajna*

(Aldous Huxley)

Estetizacija, kroz cenzuru *grafičkog* nasilja, ipak u sebi sadrži jednu drugu vrstu nasilja, i to u naracijama u kojima opis nasilja koja su se stvarno dogodila, a sve češće i opis nasilja koje se nisu dogodila – mogu u korisniku izazvati sličan efekt kao da se dogodilo obznanjivanje uznemirujućih sadržaja, naročito u izvješćima sa ratišta i drugih vrućih točaka i žarišta u svijetu: kemijsko-biološki napad na djecu u Siriji, hipotetičko trovanje Skripalovih na teritoriji Ujedinjenog Kraljevstva, vajolentne prosvjede u Hong Kongu, Venecueli, Ukrajini, na Balkanu, gdje deskripcija nasilja, ali bez vizualnih tragova, može biti jednakо degutantna kao i vizualna svjedočanstva.

Ovim *neuznemirujućim* karakterizacijama nepristrasnosti kao estetizacije stvarnosti Korporacija obavlja trbuhozborstvo vlasti – poslodavca prema nedemokratskim i totalitarnim režimima i diktatorima. Tako zapadno panmedijsko djelovanje postepeno prevaspitava svijet sve češće propagirajući jedan opasan revisionizam: antifašizam se zamjenjuje antitotalitarizmom i tu se ta famozna magijsko-alkemijska nepristrasnost urušava. BBC je to već pokazao promoviranjem intervencionizma, postepenom demonizacijom nedemokratskih režima, smjelim nalazima o planetarnom demonu sa oružjem masovnog uništavanja do intervencije i likvidacije. Ta se receptura nastavlja nizom novih intervencija, ali se užas rata i stradanja civila u ovim intervencijama eliminira iz programa, pa samim tim i iz stvarnosti.

Prelistavajući (*browsing*) BBC glede geopolitičkih reportaža, nekako is pada da se nasilje uvijek i svugdje dešava izvan zapadnog diskursa. Kada se neki od pobrojanih događaja nekako dogodi i na Zapadu, vijest o tom događaju je ili marginalna ili kratkotrajna – ili je nema (*goes missing*). Mi ovdje ne želimo ulaziti u objašnjavanje očiglednog. Prosvjedi u Londonu, čak i sa kravavim ishodom, nisu se pokrili (*cover*), dočim prosvjedi sa istim ishodom u Pekingu, koji se nisu dogodili, na kanalima BBC-ja su se dogodili. Vjerojatno je ova omama-obmana stvarnosti nastala iz opijanja gasom nepristrasnosti? Jedna vrsta takve propagande je manipulacija dvostrukih standarda: o negativnim događajima *kod nas* se ne govori, ali se istim događajima *kod njih* daje

*primetime*. U vrijeme lockdowna BBC se zgražavao kako zaptije po Beogradu love i kažnjavaju prekršioce, ali nije zabilježio policijsko nasilje u Londonu prema istim takvim prekršiocima. Kasnije će novinarstvo dvostrukih standarda evoluirati u *fake news*, bogomdane za procese demonizacije.

Jedan ilustrativni primjer ovakvog novinarstva je dopis BBC-jevog korespondenta Allana Littla iz Beograda tjeđan nakon Miloševićeve smrti (18. 3. 2006):

Slobodan Milosević je geteovski karakter, njegov uspon, život i pad je faustovski. On je napravio pakt sa demonima blizancima Nacionalizmom i Ratom. Ti su ga demoni držali moćnim, ali je izgubio kontrolu nad njima pa su ga demoni dokrajčili (<http://news.bbc.co.uk/2/hi/europe/4819388.stm>).

Jedan drugi novinar *padobranac*, Nick Thorpe, posmatra iz svog hotela Novi Beograd (18. 3. 2006) pa se osjeća malim, patuljkom, kao Liliputanac, okružen rektangularnim zgradama koje liče na goleme nadgrobne spomenike (*surrounded by giant tombstones*) ([http://news.bbc.co.uk/2/hi/programmes/from\\_our\\_own\\_correspondent/4817238.stm](http://news.bbc.co.uk/2/hi/programmes/from_our_own_correspondent/4817238.stm)).

Subjektivni dojam stranog novinara o stranom političaru ili stranom gradu i pravo da se taj dojam artikulira je neosporno, ali ovakvi morbidni pseudodemonski i banalno-snabovski opisi za imperijalni medij, gdje se žiteljima jednog grada insinuira da su zombiji, nastanjeni u građevinama koje liče na nadgrobne spomenike – svjedoči da Little & Thorpe nisu rabili ili dobro zamiješali barem tri magijske bočice – labelirane kao *kontekst, korektnost i istina*.

Tim Judah, BBC-jev specijalist za balkanske afere, šalje izvješće o demonstracijama u Bosni i Hercegovini i masama koje su nasiljem izrazile svoj prosvjed protiv ekonomskе krize: paljevinama, nereditima, napadima na ljudе i imovinu (7. 2. 2014). Judah objašnjava da se to dešava zbog korupcije vlasti, iako su Amerikanci i Evropljani sve učinili da „nagovore Bosance da usvoje Ustav”, implicitno da poštivaju zakon, te da se ponašaju demokratski i civilizirano (<https://www.bbc.com/news/world-europe-26093160>).

U BBC-jevim kuloarima, ovakvi novinari se nazivaju padobrancima (*journalist parashooter*). Takav elitni *terenac* je obično bolje pozicioniran funkcijer koji odlazi u zemlje žarišta za vrijeme kriza ili bitnih događaja, odakle sam sebi naručuje, potpisuje i naplaćuje ekskluzivne reportaže. Ovdje su padobranci obično osrednji žurnalisti, ali imaju „moć odlučivanja, plasiranja i naplate svojih tekstova”. Njihova nesposobnost stvaranja nadahnutog i kvalitetnog teksta se prikriva mitološkim kvalifikacijama i banalnim

асocijacija, što ukazuje „na poremećaj vrijednosno estetskog orijentira i nedostatka talenta”. Ovaj *zaštićeni izvor* tvrdi da su udarni dopisnici za vrijeme rata u Bosni i Hercegovini, ti koji su slali dramatične reportaže iz Sarajeva, zapravo živjeli u hotelima u Zagrebu i Beogradu, više u potonjem gdje je zbog inflacije elitni smještaj bio vrlo povoljan:

Takvi padobranci su uvijek lako nalazili lokalne momke koji bi za njihov račun i malu dnevnicu odlazili u Bosnu i donosili priče, tamošnje novine i fotografije, a BBC-ijeva velika i hrabra imena su potpisivala reportaže sa lica mjesta koje su osvajale nagrade. Naravno, bilo je i onih koji su pred kamerom i sa mikrofonom zaista uživo izvještavali iz Sarajeva, ali su bili uključeni u sastav stranih trupa u Bosni i Hercegovini (*embedded journalism*) i prilično sigurni i zaštićeni. Ovakvo upodobljavanje ih sigurno nije činilo nezavisnim a ni hrabrim pa ni originalnim, a izvještačke i ratne dnevnice i honorari po visini su bile suprotne kvaliteti njihovih izvješća (BBC interlokutor 2012).

Kada BBC demonizira ili satanizira nekog – fatwa je odaslana. Kampagne medijske pripreme javnosti za intervenciju protiv lošeg momka su toliko razrađene tehnologije da više ne podižu ničije obrve ni u institucijama a ni u javnosti. Još kada bi lideri, kao što bijahu Saddam Hussein ili Muammar Gaddafi bili samo satanizirani, pa i primili medijski katil-ferman s tim da ne stradaju njihove zemlje i stanovništvo. Ovdje je problematičan prikriven animozitet medija, nadmenost izražena kroz negativni simbolizam – od demona i satrapa do melodramatičnih opisa stanovništva poharanih zemalja i kolapsa socijalnog tkiva. Kolokvijalna stereotipna demonizacija, redovno sa mitološkim naznakama, tipični je rukopis BBC-jevskih regionalnih junaka, urednika, šefova deska, analitičara i eksperata. Čitave tehnologije su izumljene da se ovdje ispoštuje mandatorna nepristrasnost – da se činjenično ili barem smisleno puno ne iznese, ali da se dobro obavi propagandni zadatak. Vjerojatno ova *tehnologija* slanja lokalnih momaka na prve linije, ili *novenarstva u zagrljaju* sopstvenih trupa, ima barem jedan korijen u kolonijalnoj tradiciji Imperije? U romanu francuskog ranog pisca znanstvene fantastike Julesa Vernea *Put oko svijeta za osamdeset dana*, glavni junak Phileas Fogg nije zainteresiran za turističke obilaske putnih destinacija. To je zato, tvrdi pisac, što engleski džentlmen, kada mu lađa pristane u nekoj luci, pošalje svoje sluge da oni pregledaju zemlje u kojima gostuju.

*Kako biti Britancem* je elaborirano u radu Gilroy-Reynold koja observira kako BBC-jeve vijesti definiraju britanski identitet u 21. stoljeću. Komentirajući starovijekovne arturijanske i vikinške legende, ona observira kako kulturološke *repeticije* kroz stoljeća kreiraju *britišizam* (*Britishness*) koji je

„istovremeno potentan i snažan (*might and right*), mitski, bogomdan i posjeđuje moć da te vrijednosti nametne i raširi drugima“ (Gilroy-Reynold 2017: 88).

## BBC I TEHNOLOGIJE TRANSPOZICIJE STVARNOSTI

*Beše to kratka ljubav bez nade  
Što prođe brzo k'o aprilski dan*

(George Orwell, 1984)

Zapazili smo kako alkemijski hokus-pokus kreiranja BBC-jeve nepričarsnosti i višedimenzionalna estetika, te postimperialna moć, čine ovu korporaciju najvećim globalnim medijem. U skrutiniziranju informaciono-propagandnih i socijalno-kulturoloških utjecaja naziremo jednu permutaciju stvarnosti, odnosno „mediji svojom ontičkom i ontološkom prirodom učestvuju u procedurama totalizacije stvarnosti“ (Đorović 2018: 12).

Ima jedna zanimljiva BBC-jeva rubrika čiji je naziv *Sve što treba da zna-te o....* Ova redovna rubrika se pojavljuje svaki put kada konzumentima BBC-jevih news u kratkoj formi treba objasniti o čemu se zapravo radi. Tako je rubrika *Everything you need to know* možda presudna u brzom znanju i jasnoj informaciji sa ekspertskom bazom. Konzument će brzo saznati sve, *everything*, što je Korporacija odlučila da taj konzument treba da zna. Ne može biti jednostavnije. U rubrici *Virus korone: sve što treba da znate/znaš* (*Coronavirus: Everything You Need to Know*) se jednostavnim i neautoriziranim tematskim tekstualnim segmentima objašnjava kakav se medicinski savjet u ovom momentu daje (što može biti promjenljivo), zatim i *update* o mogućnostima putovanja, utjecaju krize na svjetsku ekonomiju, te o efektima mjera preduzetih u pojedinim zemljama. Kod ovog posljednjeg, postoji implicitna naklonost ili pristrasnost (*bias*) u korist zapadnog bloka prema *ostalima*. U tekstu to baš nije lako primjetiti kada se govori o zemljama kojima je Ujedinjeno Kraljevstvo nenaklonjeno ili njihovim vođama. Mechanizmi kojima se ovo postiže su ovako postavljeni u jednom našem istraživanju:

- Pripremljen koncept informacije (*pre-selected Agenda*): Različitim temama se daje različit značaj. Događaji koji se ne uklapaju u ideološku matricu se izostavljaju iz vijesti ili im se daje minimalan značaj. Pandemija: vijesti iz zemalja sa minimalnim posljedicama se minimalno plasiraju.

- Oficijalnost ili zvaničnost (*Officiality*): Vijest se obrazlaže iz iskaza zvaničnika, političara, oficijalnih glasnogovornika legalnih institucija, oficira, kraljeva i prinčeva. Tako su zvanična priopćenja objektivna, a sve drugo samo mišljenja. BBC ostaje bez mišljenja, što daje dojam nepristrasnosti jer je glas dat legalnim djelatnicima.
- Igraj na sigurno (*Play it safe*): Novinari moraju pratiti uredničke naputbine o nepristrasnosti, pa se tako samocenzuriraju. Ovo se baš ne primjenjuje striktno kada su u pitanju izviješća iz zemalja u ideološkom ili političkom konfliktu sa Zapadom. Zapadne institucije nikada nisu predmet kritike osim ako se ne radi o onim strukturama koje su u tihom sukobu sa vladom Njenog Veličanstva (Europska unija oko Brexit-a, ili duboka država u Sjedinjenim Državama).
- Dimna zavjesa (*smoke-screening*) kada se retoričkim žargonom snaga argumenta daje institucijama obično u skraćenica: EU, NATO, UN, WHO..., te birokratsko-lojalnim stilom kazivanja o procedurama, pregovaranjima, misijama, legalnim odlukama, ugovorima.

Korištenjem ovakvih tehnologija se zamagljuje objektivni vidik, jednako kako se magijom alkemije i drugim mehanizmima – estetizacijom i tehnologizacijom postiže transmisija vijesti „kao trbuhozborstvo (*ventriloquism*)“ (Bulić 2011: 191).

Ove tehnologije se i ironijski intoniraju. Dubravka Ugrešić, književnica iz *regiona* u egzilu, primjećuje opću teatralizaciju svega, te naviku da je politika teatar „otupljujući naša moralna osjetila“, pa tako od *normalizacije politike* postajemo totalno „perverzni i besramni“ (Ugrešić 2018: 31). Ovakav deprimirajući politički upliv na ljudsku psihu beogradski filozof Đokica Jovanović sarakastično naziva „oranje magle“ u kojem je:

[...] nepoverljiv čovek usamljen i nemoćan pred tim sveprožimajućim autoritetom sile. On nije nemoćan da taj autoritet slomi, već je (u stanju egzistencijalne strepnje) nemoćan da ga, unutar sebe, demistifikuje (Jovanović 2018).

No, nije li ovo tehnologija demokracije koja u najvećem broju slučajeva dnevno plasira isuviše veliku količinu informacija da bi se mogla provariti, a čak su i značajne vijesti danas *headlines sutra efemerne*. John Pilger, australijsko-britanski novinar, publicist i dokumentarist i kritičar neoliberalnog kapitalizma i zapadnih geopolitičkih strategija, BBC-jevu nepristrasnost je

nazvao „eufemizmom za zadovoljavajući izgovor korporativne moći” (Pilger 2002).

No, najžešći kriticizam BBC-ja je dolazio iznutra. Mi smo spomenuli nekolicinu BBC-jevih disidenata, bivših uposlenika Korporacije koji su se kritički očitovali protiv BBC-ja u novije vrijeme. Jedan od njih, Eric Blair, novinar BBC-ja u Prekomorskoj Službi (*Eastern Service*), još 1941. godine se izjasnio o BBC-ju kao o „organu kolonijalnog diskursa koji svijetu na periferiji propagira metropolitanski pogled na svijet”. Još tada Blair smatra da „liberalni kapitalizam očigledno ide svom kraju” (Kerr 2002: 473).

Umjesto zaključka u našem uradku o komunikacijskim tehnologijama i usamljenosti, a polazeći od naše ideje o globalnoj promjeni paradigmе, navodimo proročki zaključak ovog novinara BBC-ja – Erica Blaira, emitovan davne 1941. godine:

U najvećoj mogućoj mjeri totalitarizam vas izolira od ostalog svijeta, zatvara vas u umjetni univerzum u kojem nema mjerila za uspoređivanje. Totalitarna država nastoji, pod svaku cijenu, kontrolirati misli i osjećaje svojih podanika barem u istoj mjeri u kojoj kontrolira njihove postupke (Blair 1977: 138–139).

Mi smo ipak za dodatne zaključke odlučili da objavimo komentare naših 50 informanata – stalnih ili povremenih BBC-jevih konzumenata koje smo upitali koliko vrijednuju informacije koje kupe sa sajtova ovog medija. Na jednostavno smo pitanje polučili jednostavan odgovor, ali isto u vidu pitanja koja su sva u biti retorička. Ispostavilo se da konzumiranje *mainstream* medija manje informira, a više širi teorije urote. Naši su informanti izmrijestili i zavrjeli nevjerojatni broj najnevjerljivih pitanja o sadašnjem pandemiskom momentu i panmedijskom komplotu.

Ah da, ime Eric Blair je zapravo mladalačko ime Džordža Orvela (George Orwell)!

## SKALA PLAUVIBILNOSTI TEORIJA UROTE – KONSPIRACIJE

*Biće skoro propast sveta  
Nek' propadne nije šteta*  
(Marko Nešić)

– Zašto Jevreji na svako pitanje odgovaraju pitanjem?  
– A zašto Jevreji ne bi na svako pitanje odgovarali pitanjem?  
(Erica Jong)

Da li će se ukinuti mjere socijalnog distanciranja, uključujući formalne korporalne dodire poput rukovanja, ukinuti prisniji fizički kontakti, grljenje ili neerotski poljubac dat javno u kulturama gdje egzistira prijateljski poljubac, rukoljub damama, pa sve do ljubackanja blagosiljajuće svećeničke ruke u nekim religijama? Kolektivno ljubljenje ikona tijekom liturgija ili posljednji poljubac preminulom? Što će se dogoditi sa maskama i rukavicama kada rizik kontaminacije prestane? Koji će javni autoritet odlučivati o ovim pitanjima: vlasti po savjetu profesionalnih epidemiologa ili epidemiolozi po savjetu vlasti ili mediji po naputku epidemiologa ili vlasti ili političko-korporativnih struktura? Kako će se konačno socijalni odnosi i javno ponašanje odrediti u sredinama gdje će doći do podjele između onih koji su jedva dočekali da bace maske i skinu rukavice i onih čije će opredjeljenje biti da trajno zadrže i rabe kako maske tako i rukavice? Koja količina nepodnošljivosti ovih grupa će tražiti dalju regulaciju javnog života? Odnos cjepljeni–necjepljeni ili vakcinirani–nevakcinirani? Da li će pravovjerni nositi zaštitne oklope do neproznatljivosti a bezvjernici, ogoljeni i nezaštićeni, im se morati sklanjati sa puta? Cjepivo ili vakcina, čipovi ili superpametni telefoni? Da li će čovjek čovjeku postati virus? Hoće li *Homo Sapiens* evoluirati/mutirati u *Homo Covidus* i *Homo Coronius* i kako će oni kohabitirati? Hoće li iždžikljati nova znanost ili filozofija ili religijska afiliacija vezana za Koronu ili Kovid? Nisu li se oba ova naziva „ubila“ za kakvu novu sektu *Kovida* i *Koronijara* – u najmanju ruku poput veneriranja religije Džedija (registrirane kao *Jediism*) iz *Ratova zvijezda*, sve sa vitezovima i svjetlosnim mačevima i naročitim etičkim i spiritualnim kodom, a napose maskama i rukavicama? Da li je odatle dug put do eksklamacije nekog novovjekovnog vidovnjaka da su i virusi bića Stvoritelja a možda i inteligentna bića koje valja svetkovati? Ili će se reformirati i reafirmirati zavjetni mitovi o dolasku Antikrista i konačnom obračunu – tisućljećima očekivanog Armageddona? Tko će biti nosioci novih jevandjela, objavljuvачi tajni i svrha Vaseljene? Hoće li dolazak proroka, zanesenjaka,

čudaka, mesija biti objavljen i obrađen u medijima, a njihove obznane digitalizirane i algoritmizirane? Da li će ljudi postkoronijalnog doba biti isti kao i ljudi predkoronijalnog doba i hoće li njihova usamljenost biti normalna, poželjna i očekivana?

U konačnici svih nepoznanica i špekulacija, da li nakon retoričkog pitanja treba da slijedi upitnik ili točka (?,.).

## POSTOJANOST PARADIGME: OD RANJENOG BIKA DO CRNOG LABUDA

*Prema nekim mišljenjima, rukovanje je u prošlosti imalo drugačiju namenu od današnje – ovim činom obe strane pokazivale su da ne drže neko skriveno oružje u ruci, te da nema straha da će doći do obračuna.*

(*Politikin Zabavnik*, rubrika „Verovali ili ne”, broj 3421, 1. 9. 2017)

*Najplauzibilniji* scenario iz teorija urote se bazira na medijskoj kampanji da je opasnost od bolesti vjerovatno trajna, da bi virus mogao *comeback*, možda i u opasnijoj mutiranoj formi. Mediji promoviraju distancu i usamljivanje i taj kreštav refren je već popularan: Virus će proći, cjepivo će doći, a mjere i reguliranja (*rules & regulations*) ostati! Teorije urote sadrže u sebi jednu vrstu magijsko-travestijiske akrobatike i bizarnih modaliteta budućnosti. Ali, da se u ovoj pandemiji mijenja koncept socijalnosti ne izgleda kao konspirativni cilj sraza politike i medija. Prejak je taj sukus ili lajtmotiv izoliranja ljudi, promocije personalnog prostora i konačno percepcije dodira kao bauka koji se širi svijetom. Dodir je najhumaniji generator empatije i simbol bliskosti. Mediji takav dodir proskribiraju. Rukovanje i okupljanje ljudi već doimaju arhaično i nekako je isuviše pristalica novih i ledenih socijalnih rituala.

Orvelijanski obrt u anticipiranom postglobalizmu je već vidljiv promjenom narativa, medijskim podobništvom, vođama i transmutacijom funkcionalne terminologije u silogizam prisile. U kriznim vremenima se mijenja karakter medija – „od usmerenja na informaciju ka propagandnim zadacima i projektima, od usmerenosti na racio ka traženju slabih tačaka u emotivnom sistemu, od slanja poruka građaninu do zavođenja potrošača” (Reljić 2013: 392–396). Eksploatacijom emocije se promoviraju pogledi na svijet koji su utješni jer u estetiziranoj viziji i apokalipsa može imati magijsku privlačnost: ratovi su beskrvni, herojski, ljudska prava i demokracija su oružja masovnog uništavanja, stvarni rat bez vidljive destrukcije postaje humanitarna

intervencija, zatim hibridni rat, pa rat dronovima i u konačnici video-igrica, apokalipsica. Медији су „прва линија одbrane друштвеног распада“ (Ibid.). Ако распад почиње наoko bezazlenim ограничењима социјабилности, па се наставља *puzajućim* укиданjem школа, музеја, концерата, претворбом семинара у webinar, тада ће се „култура утопити у поплави информација“ (Lem 1976: 69). Од ње ће остати плутајућа популарна култура, вјеројатно као „implozija smisla modernog sveta“ (Vuksanović 2007: 11).

Естетизација апокалиптичних сценарија у популарној култури је увјек *Happy End*. Нови симбол долазећих времена је *crni labud*. Кованичу је поставио популарни писац Nasim Taleb (2016). Он користи европску легенду 17. стотине када је у Европи важила догма да не постоји црни лабуд. Када је баš таква птица баš такве боје нађена у тек откривеној Австралији, узета је за знамен долaska невјеројатних и непредвиђених zbivanja. И оvdje se radi o medijskoj алкемији, митови су у моди а и контроверзе: Taleb је критизиран за pseudoznanost i negativni simbolizam crne ptice – али је успио продати представе degeneriranih mitologiziranih догађања као што су 9/11, финансијски слом 2008. Не оклијевajući puno, na početku 2020. godine obradio je i Pandemiju u popularnom eseju o SARS-Corona2 virusu.

Tako, на почетку је у малој пећини била слика ранjenог бика, представа која се могла додирнути. На kraju је у великому svijetu crni labud, представа коју чини устројство električnih naboja. Izgleda da ће вјечност slegnuti ramenjem na našu brzopletu hipotezu o promjeni paradigmе, uzrokovanoj панмедијском panikom: svijet se *ne sučeljava* sa promjenom paradigmе, već sa постојаношћу paradigmе, пећинске, magijske, usamljeničke, pandemiske. У нашој speleološkoj ekspediciji smo shvatili kako је BBC, unatoč svom glamuru, *kuća na osami*. Ali су и пратиoci, kompulzivno *attached* на njegov estetsko-tehnološki kvalitet, sve usamljeniji u jednoj vrsti *love-hate* odnosa. Iako је zanimljiva medijska slikovnica tajni svijet usamljenika, она се cijeni sve manje што se više odmiče od stvarnosti. Када је то ishod, да ли се у панмедијском vaseljeni – nalazi usamljenije gledateljstvo i čitateljstvo i pretražiteljstvo nego BBC-ово? На овом садашњем identitetsko-paradigmatičном račvilištu ćovječanstva, medijski čarobnjaci i алкемијари neosjetno su svojim korisnicima navukli kognitivne i intelektualne bukagije, ostavljajući ih bez znanja da то сija ка njihovim subliminalnim pećinama – nije zlato.

*Moć je pokidati čovekov um u komade i onda ga sastaviti ponovo u novom obliku koji si ti odabral.*

(Džordž Orvel)

## LITERATURA

Aitken (2018): Robin Aitken, *The Noble Liar: How and Why the BBC Distorts the News to Promote a Liberal Agenda*, London: Biteback Publishing.

Asimov, Shulman (1988): Isaac Asimov, Jason A. Shulman, *Isaac Asimov's Book of Science and Nature Questions*, New York: Grove Press.

Bulić (2011): Kamenko Bulić, The aesthetic alchemy of sounding impartial: Why Serbs still listen to 'the BBC conspiracy', *Journalism: Theory, practice and criticism*, Volume 12, Number 2, London: Sage, 183–198.

Clarke (1978): Artur Klark, *Grad i zvezde*, Beograd: Jugoslavija.

Clarke (2012): Arthur C. Clarke, *2001: A Space Odyssey*, New York: RosettaBooks.

Clarke (2000): Arthur C. Clarke, *Profiles of the Future: An Inquiry Into the Limits of the Possible*, London: Indigo.

Doren (1991): Charles Van Doren, *A History of Knowledge: The Pivotal Events, People and Achievements of World History*, New York: Ballantine Books.

Fiddler (1997): Roger Fiddler, *Mediamorphosis: Understanding New Media*, Thousand Oaks: Pine Forge Press.

Gilroy-Reynolds (2017): Christine Gilroy-Reynolds, *BBC News: Defining Britishness in the Early Twenty-First Century*, PhD dissertation, English, Old Dominion University, DOI: 10.25777/x8ea-s841, [https://digitalcommons.odu.edu/english\\_etds/33](https://digitalcommons.odu.edu/english_etds/33)

Horrocks (2001): Christopher Horrocks, *Baudrillard i milenij*, Zagreb: Jesenski i Turk.

Huxley (1980): Aldous Huxley, *Divni novi svijet*, Zagreb i Sarajevo: August Cesarec i Svetlost.

Janson (1994): H. W. Janson, *Istorija umetnosti*, Beograd: Prosveta.

Janssen, Cory, What is Communication Media? – Definition from Techopedia, Techopedia.com

Jovanović (2018): Đokica Jovanović, Oranje magle, *Južni vетар*, <https://www.juznevesti.com/>.

Kerr (2002): Douglas A. Kerr, Orwell's BBC broadcasts: Colonial discourse and the rhetoric of propaganda, *Textual practice*, 16 (3), 473–490.

Lem (2014): Stanislav Lem, *Solaris*, Beograd: Delfi.

McLuhan (1967): Marshall McLuhan, *The Medium is the Message*, London: Penguin.

Orvel (1984): Džordž Orvel, *1984.*, Beograd i Zagreb: BIGZ i August Cesarec.

Orwell (1977): George Orwell, *Zašto pišem i drugi eseji*, Zagreb: Naprijed.

Platon (1976): Platon, *Država*, Beograd: BIGZ.

Reljić (2013): Slobodan Reljić, *Kriza medija i mediji krize*, Beograd: Službeni glasnik.

Reljić (2013): Slobodan Reljić, *Bukvar medijske pismenosti: Kako proživeti život u doba ekranoida*, Novi Sad: Akademска knjiga.

Sim (2001): Stuart Sim, *Derrida i kraj povijesti*, Zagreb: Jesenski i Turk.

Sontag (1982): Susan Sontag, *Eseji o fotografiji*, Beograd: Studentski izdavački centar UKSSO.

Sedgwick (2018): David Sedgwick, *BBC: Brainwashing Britain?: How and why the BBC controls your mind*, Webshop, UK: Sandgrounder.

Taleb (2016): Nasim Nikolas Taleb, *Crni labud*, Smederevo: Heliks.

Ugrešić (2018): Dubravka Ugrešić, Političari nam na slamčicu uzimaju i vazduh iz pluća, *NIN*, 3546, 13. 12. 2018, 29–31.

Virilio (2005): Paul Virilio, *The City of Panic*, Oxford UK and New York: Berg.

Vuksanović (2007): Divna Vuksanović, *Filozofija medija: Ontologija, estetika, kritika*, Beograd: Čigoja štampa.

Živković (1976): Zoran Živković (urednik), *Naučna fantastika*, Beograd: BIGZ.

## INTERNET IZVORI

BBC documentary: *History of Magic*, Sep 8, 2014, <https://www.youtube.com/watch?v=z1esDVNQeuo>.

BBC News: *Coronavirus: Everything You Need to Know*, Mar 02, 2020, <https://www.bbc.com/news/av/uk-51702711/coronavirus-everything-you-need-to-know>.

BBC Trust (2007): *From Seesaw to Wagon Wheel: Safeguarding Impartiality in the 21st Century*, <http://bufvc.ac.uk/copyright-guidance/mlr/index.php/site/456>, posećeno februara 2011.

BBC Trust (2007): *From Seesaw to Wagon Wheel: Safeguarding Impartiality in the 21st Century, a one-day seminar*, [http://news.bbc.co.uk/2/shared/bsp/hi/pdfs/18\\_06\\_07impartialitybbc.pdf](http://news.bbc.co.uk/2/shared/bsp/hi/pdfs/18_06_07impartialitybbc.pdf),

Oxford Dictionaries | English, Definition of alchemy in English by Oxford Dictionaries, posećeno septembra 2018.

Pilger, John (5 December 2002). John Pilger prefers the web to TV news – it's more honest online, *New Statesman*, posećeno aprila 2018.

*Technopedia*, <https://www.techopedia.com/definition/1098/media>, posećeno 15. 5. 2019.

Kamenko Bulić

Open University, Milton Keynes  
The United Kingdom

PANDEMIA OF PANMEDIA:  
Speleology of Media Alchemy and Mythologization of Loneliness

*Summary:* The first media appeared in Paleolithic cave art with the totemic paintings of animals when Man acquired the first tools and weapons, and managed the taming of fire to illuminate the ritual dance before going to hunt. As prehistory turned into history with the invention of writing, philosophy, and religion, bringing forth the first civilizations, the character of the media had not changed much. It maintained its primary function to transmit messages – initially orders and rules to govern the societies. What had changed steadily and acceleratingly has been the process of technological advance bringing the shrinking world into an expanding global realm, not only aimed at transmitting regulations but other information with an ever increasing scope of its means. Yet, since the dawn of Man, the traditional mythical models in communicating messages, information, and images, regardless of the technological level, remained somehow mysterious, connecting the media and the recipient between the conscious and subconscious. Even the most advanced global media in its transmission methods have not moved much from the magical rituals performed in real or symbolical caves in the past: primordial, Platon's, Aladdin's!

Handling something so complex demanded a model – which is the case study of this essay: how the biggest media in the world, the global mainstream British Broadcast Corporation (BBC), uses primordial magic to create its aura of objectivity defined as a concept of impartiality. How these media techniques are combined with their aesthetic allure, oral and aural, yet also familiarity coupled with authority? We do not interrogate the BBC's claims of its impartiality but the method by which that impartiality is created. The legal document *Safeguarding impartiality* proposes that impartiality ought to be created in an alchemic laboratory where the editor-alchemist must mix the magical substances into an impartiality cocktail. The substances are stored in 12 magic bottles labelled as: accuracy, balance, context, distance, even-handedness, fairness, objectivity, openmindedness, rigour, self-awareness, transparency, and truth. The 13th special bottle is called completeness. Following the magic procedures, the editor-alchemist must mix them into a complex cocktail. The result is an odourless gas – gas of impartiality, breathed by those who work there and the news is ready to be produced. However symbolic or romanticized this might look, we explain this 'method' to scrutinize the broadcaster in relation to lonely crowds and individuals on the other side of the scope, as well as the meaning and role of the Panmedia in the time of Pandemia. Of course there has been a lot of criticism about

BBC's concept and practice of impartiality, both from insiders and outsiders. Worse even, in these transitional times, when the world is in a state of cognitive dissonance and panic due to the controversial Covid 19 Pandemia, an endless succession of prophets and messiahs convinced the human kind of a great number of conspiracy theories ranging from plausible to most fantastic. The consequence is human loneliness occurring always when people attached to the dubious interpretations and justifications of reality are left in cognitive darkness, just like the primordial cave dwellers.

*Keywords:* alchemy, BBC, aesthetics, isolation, mythology, impartiality, social distance, cave, conspiracy theories, totalitarism.