

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FILOZOFSKI FAKULTET
ODSJEK ZA GERMANISTIKU
DIPLOMSKI STUDIJ GERMANISTIKE
PREVODITELJSKI SMJER
MODUL A: DIPLOMIRANI PREVODITELJ

Dina Kostel

Prijevod s njemačkog na hrvatski

Übersetzung aus dem Deutschen ins Kroatische

Übersetzung aus dem Kroatischen ins Deutsche

Prijevod s hrvatskog na njemački

Diplomski rad

Mentorica: mr. sc. Sonja Strmečki Marković, viša lektorica

Zagreb, 2014.

SADRŽAJ

Prijevod s njemačkog na hrvatski jezik	3
Übersetzung aus dem Deutschen ins Kroatische	
Grefe, Christiane; Schumann, Harald (2008): <i>Der globale Countdown. Gerechtigkeit oder Selbstzerstörung – die Zukunft der Globalisierung</i> . Köln: Verlag Kiepenheuer & Witsch. S. 9-29.	
Njemački izvornik	22
Deutscher Ausgangstext	
Prijevod s hrvatskog na njemački jezik	42
Übersetzung aus dem Kroatischen ins Deutsche	
Miliša, Zlatko; Tolić, Mirela; Vertovšek, Nenad (2009): <i>Mediji i mladi. Prevencija ovisnosti o medijskoj manipulaciji</i> . Zagreb: Sveučilišna knjižara. Str. 13-31.	
Hrvatski izvornik	67
Kroatischer Ausgangstext	
Popis literature	87

Prijevod s njemačkog na hrvatski jezik
Übersetzung aus dem Deutschen ins Kroatische

Grefe, Christiane; Schumann, Harald (2008): *Der globale Countdown. Gerechtigkeit oder Selbstzerstörung – die Zukunft der Globalisierung*. Köln: Verlag Kiepenheuer & Witsch. S. 9-29.

1. Globalizacijom u propast

Novo doba globalne međuovisnosti i upozorenje povijesti

Narodi i nacije čovječanstva nikad prije nisu bili međusobno tako povezani.

Informacije i kapital neprestano prelaze oceane između Europe, Amerike i Azije. Nove tehnologije omogućuju trenutno sporazumijevanje i brzi transport neovisno o granicama. Međunarodna trgovina seže sve do posljednjih kutaka svih kontinenata. Tisuće tvrtki diljem svijeta stvaraju proizvodne i distribucijske lance. Na čvorovima informacijske mreže u Londonu i New Yorku investicijski bankari neprestano se okupljaju u nova financijska društva koja kapitalom bogatih financiraju nove gradove, transportne putove i tvornice u zemljama s brzo rastućom industrijom. Težnja zemalja u gospodarskom usponu za izjednačavanjem moći sa svjetskim silama i tehnološki napredak u potpunosti mijenjaju svakodnevni život. Nestaju čitave skupine zanimanja jer novi strojevi mogu istovremeno zamijeniti nekoliko stotina radnika. Istodobno uvoz jeftine robe potiskuje mnoge stare proizvođače. Milijuni ljudi ostaju bez posla i traže svoju sreću u emigraciji u prekomorske zemlje.

Neviđen polet gospodarstva potaknuo je dotad nepoznatu dinamiku, a ekonomisti oduševljeno govore o „međusobnom zbližavanju“¹. Razdoblje nacionalno organiziranih nacionalnih ekonomija bliži se kraju, piše Richard Ely, jedan od vodećih ekonomista u SAD-u. „Sljedeći će korak“, kako proriče, „biti svjetsko gospodarstvo. Novčano tržište već jest pravo svjetsko tržište.“²

To je bilo 1903. godine. Ono što zvuči kao aktualan komentar o svjetskom gospodarstvu zapravo opisuje razvoj događaja prije više od sto godina. Multinacionalni koncerni, borba za prevlast na međunarodnom tržištu i diljem svijeta razgranati tokovi kapitala nisu izum našega doba. Već su na početku prošloga stoljeća djelovale iste gospodarske sile koje i danas čovječanstvo drže u svojim rukama. Proces globalizacije, stapanje tržišta i tvrtki, znanja i kultura diljem svijeta na putu trgovanja proizvodima i kapitalom snažno je promijenilo već i živote naših baka i djedova, prabaka i pradjedova. „Oko 1914. gotovo da na svijetu nije bilo grada u kojem cijene nisu ovisile o udaljenim inozemnim tržištima, čija infrastruktura nije bila financirana inozemnim kapitalom i čije se znanje i načini poslovanja nisu uvozili iz inozemstva“, zaključili su povjesničari ekonomije Kevin O'Rourke i

Jeffrey Williamson kad su istraživali povijest globalizacije.³ Revolucionarne nove tehnologije poticale su, kao što se to ponovno događa i danas, globalnu ekspanziju tržišnog gospodarstva. Automobili i filmovi, rendgenske zrake i električno svjetlo, telefon i sintetičke boje i tad su kod ljudi izazvali divljenje kao i danas elektronika, internet ili nanotehnika.

Pioniri poput Billa Gatesa i Larrya Pagea koji su Microsoftom i Googleom od studentskih ideja stvorili multinacionalne tvrtke vrijedne milijarde eura, postojali su i u prvom razdoblju globalizacije. Zvali su se Werner von Siemens ili Thomas Edison. Oni su kao i njihovi moderni nasljednici unutar jedne generacije radionice u stražnjem dvorištu pretvorili u svjetske koncerne. Na prijelazu stoljeća obitelj Siemens posjedovala je već 30 proizvodnih lokacija diljem svijeta te je preko švicarskog financijskog holdinga s niskim poreznim opterećenjem kontrolirala poduzeća za proizvodnju i distribuciju električne energije, za upravljanje i održavanje tramvajskog prometa i poduzeća za upravljanje i održavanje javne rasvjete od Argentine do Rusije.⁴ Isto je radila i konkurencija. AEG, Edison General Electric i njihov konkurent Westinghouse istovremeno su se širili diljem svijeta. Ova su četiri koncerna čak zajedno osnovala svjetski kartel i osigurala si dobit poput današnjeg Microsofta, svjetskog monopolista.

Najveći poticaj rastu predstavljale su nove komunikacijske veze i transportni putovi. Gradile su se željezničke mreže, konstruirali sve veći trgovački brodovi, a tisuće kilometara telegrafskih mreža povezivali su svjetska tržišta. Priče o opasnoj gradnji tračnica za parne vlakove na Balkanu, u Egiptu, Indiji, Kini i Sjevernoj Americi postali su motivom pustolovnih romana tog razdoblja. Godine 1880. diljem je svijeta položeno tek 370 000 kilometara tračnica, 1912. bilo ih je više od milijun. U istom se razdoblju udvostručila cjelokupna flota svjetske trgovačke mornarice, a kapacitet podmorskih telegrafskih kabela se u 17 godina povećao za 70 posto.⁵ Londonski brokeri 1913. nisu više ni minutu morali čekati na uspostavu veze kad bi sa svojim partnerima u New Yorku htjeli razmjenjivati tečajeve i naloge.

Na taj su način od dalekih „neciviliziranih“ regija nastala atraktivna središta gospodarskog rasta. Chicago se, na primjer, u roku od dva desetljeća iz grada na rubu divljine pretvorio u metropolu koja je svojom robnom terminskom burzom određivala cijene na svjetskom tržištu žitarica i drva. Tračničku mrežu, čije je čvorište bilo u tom gradu, većim su dijelom financirali europski ulagači. Oni su profitirali od neograničenog financijskog sustava koji se s Ujedinjenim Kraljevstvom probio u daleke krajeve svijeta. Ujedinjeno Kraljevstvo, hegemon predratnog razdoblja, određivalo je, slično kao i danas SAD, poslovna i monetarna

pravila. Engleska je funtom postavila globalno prihvaćenu valutu, a bankari londonskog Citya upravljali su velikim dijelom kapitala bogataša iz čitave Europe. U tome je već tada sudjelovala njemačka banka Deutsche Bank koja je do 1914. postala u ono vrijeme najvećom bankom na svijetu. Financijski menadžeri ulagali su novac svojih ulagača u tisuće zatvorenih fondova za rudnike, željeznice ili javne sustave kanala u regijama u razvoju. Osim toga, i druga poznata imena današnjih svjetski poznatih koncerna poput Royal Dutch Shella ili British Petroleuma (BP) svoj osnutak mogu zahvaliti tadašnjem bumu investicijskih fondova koji su špekulirali rastućom potrošnjom nafte. Oni su, slično kao i današnji fondovi rizičnog kapitala, pritom jednako tako znali ostvariti golemu dobit kao i doživjeti spektakularan bankrot.

Primjerice banka Barings, upravo ona banka koja je 1995. bankrotirala zbog pogrešnih špekulacija svojega predstavnika u Singapuru, već se gotovo 100 godina prije toga jednom našla pred bankrotom. Tadašnja propast njegovih obveznica u Argentini tu banku nije dovela do bankrota isključivo zato jer je Bank of England velikodušno odobrila kredit kako bi spasila ugled Londona kao financijskog središta.

Tako su industrijske zemlje u ta tri desetljeća na prijelazu stoljeća doživjele nagli razvoj koji po snazi i brzini gotovo ne zaostaje za današnjim korjenitim promjenama. 20. stoljeće je, jednako kao i 21. stoljeće, započelo sve intenzivnijim međunarodnim gospodarskim umrežavanjem.

60 godina nazadovanja

Mnogi ekonomisti, koji su uglavnom pristaše klasične teorije *laissez-faire* i uglavnom smatraju da je tržište ono što doista pokreće povijest, ne dvoje gotovo nimalo oko toga da u svemiru ne postoji ništa novo i da globalna integracija neprestano napreduje. Herbert Giersch, dugogodišnji predsjednik Instituta za svjetsko gospodarstvo u Kielu i doajen njemačkih ekonomskih znanosti izrazio je mišljenje da je globalizacija samo novi naziv za proces koji se već dugo odvija, a to je prostorno širenje kapitalističke ekonomije po čitavom svijetu. Stoga, prema njegovim riječima, svaka rasprava o opasnostima koje ona donosi pada u vodu. Giersch smatra da je proces globalizacije ireverzibilan i u tome se slaže s gospodarskom elitom iz cijeloga svijeta. „Tom se procesu moramo prilagoditi, a ne suprotstavljati.“⁶

Giersch i drugi pristaše teorije *laissez-faire* rado se u vezi s tim pozivaju na Karla Marxa i Friedricha Engelsa koji su, prema njihovim riječima, „bili u pravu“. Naposljetku, već

su ta dvojica revolucionara iz 19. stoljeća u svojem djelu „Komunistički manifest“ opisala kako „buržoazija“ ima silnu „potrebu da prodaju svojih proizvoda polako proširi na čitav svijet“. Ti idejni začetnici komunizma oduševljeno su slavili uništenje „prastarih nacionalnih industrija“ i njihovu zamjenu novim industrijama, „čije uvođenje postaje životnim pitanjem za sve civilizirane nacije.“ Fascinirano su se divili „neprestanom rušenju svih društvenih prilika... Svi čvrsto okoštali odnosi nestaju, a svi novi zastarijevaju prije nego što se uspiju ukorijeniti.“

To zvuči kao govor njemačkih industrijskih lobista i predsjednika uprava koncerna kad se opiru okorjelim strukturama i pravnoj stečevini socijalnih država i pritom odbijaju svaku kritiku globalne integracije. I doista moderni pristaše teorije *laissez-faire* i Marx imaju nešto zajedničko: uvjerenje da za čovječanstvo postoji nešto poput predodređenog puta razvoja. Sve veća tržišta, sve povezanija međunarodna podjela rada, sve moćnije tvrtke – samo takva budućnost postoji u njihovom svjetonazoru.

Takav gospodarski determinizam može, međutim, čvrsto zastupati samo netko tko na razdoblje između 1914. i 1973. gleda samo kao na privremeno skretanje s ravne staze napretka. Naime, ovih je šest desetljeća čovječanstvo provelo u nastojanju da silom suzbije snagu kapitalizma koja ruši sve granice ili da ga barem obuzda okovima sačinjenim od pravila i sporazuma na svjetskoj razini. Komunisti su u osvojenim zemljama odbacivali tržišni sustav te su poduzimali sve mjere kako bi etablirali državno gospodarstvo. Nasuprot tome, kapitalističke su se zemlje 30-ih godina borile s katastrofalnim posljedicama sloma tržišta u čitavom svijetu te su kasnije snažnom državnom regulacijom razvile čvrste trgovinske, monetarne i socijalne sustave koji su ih trebali štititi od ponavljanja ovakvih kriza.

Početak ovog razdoblja obilježava dotad najveća katastrofa u povijesti čovječanstva, s obzirom na broj smrtno stradalih: Prvi svjetski rat. Njime je započeo radikalni odmak od integracije svjetskog gospodarstva. Dotad stabilan i gotovo svugdje u svijetu prihvaćen monetarni i trgovinski sustav koji se temeljio na britanskom zlatnom standardu zauvijek je nestao. Sličan je gospodarski i monetarni sustav nastao ponovno tek nakon 1945. i to samo na zapadnoj strani željezne zavjese. Tek 1973. godine, 60 godina kasnije svjetska je trgovina, kao dio globalne novostvorene vrijednosti, dosegla razinu koju je već jednom dosegla 1913. Prošlo je još jedno desetljeće prije nego što su napokon sve industrijske zemlje odustale od kontrole trgovine kapitalom i valutama te prihvatile liberalizirano, međunarodno tržište kapitala, čiji je obujam prometa bio jednak kao u predratnom razdoblju – bila je to pustolovina koju su mnoge vlade danas opet požalile.

Dinamična povijest ekonomije 20. stoljeća potvrđuje da neograničeno širenje kapitalizma nipošto nije predodređeno. Tijek povijesti može svakako poći u drugom smjeru. Radi se o dijalektičnom procesu. Svugdje gdje mehanizam ponude i potražnje, povrata ulaganja i strukturnih promjena prelazi granice, povrjeđuje partikularne interese ili ugrožava postojeće kulture, ondje taj postupak nailazi i na otpor. A posljedice mogu biti različite. Nipošto nije unaprijed određeno da će trend globalne integracije potrajati i da neće opet krenuti u drugu krajnost. Europljani već više od šezdeset godina uživaju u miru i blagostanju. Stoga im se pomisao o ponovnom izbijanju svjetskog rata čini nezamislivom; zato se scenarij ponovne propasti odbacuje kao nestvaran. No šanse da dođe do sukoba su velike.

Globalni igrači protiv rata njemačkog cara Vilima II.

Da su događaji samo slijedili logiku tržišta, ne bi se ni Prvi svjetski rat smio dogoditi. Nitko nije bolje opisao ove okolnosti od britanskog publicista i kasnijeg dobitnika Nobelove nagrade za mir Normana Angella. Godine 1910., četiri godine prije početka rata Angell je objavio pamflet kojim je kritizirao vojni duh tog vremena. Europske velesile sudjelovale su u skupoj utrci u naoružanju. Kako bi se opravdale, vlade su propagandom o borbi za životno potrebne resurse i preživljavanje svojih nacija poticale ratno raspoloženje. Njemačka se naoružavala protiv Velike Britanije, Rusija je sklapala saveze protiv Austro-Ugarske, Francuska je smišljala osvetu za sramotu iz 1871. No Angell, analitičar oštra jezika i samouki znanstvenik bio je protiv toga. Ideja da se u modernom svijetu može umnožiti ili barem osigurati blagostanje neke zemlje ratnim nasiljem je „velika iluzija“, napisao je u svojoj knjizi istoimenog naslova.⁷

Za razliku od pacifista njegovoga doba, Angell nije iznosio argumente s moralnog nego ekonomskog stajališta. Ukazao je na visok stupanj gospodarske isprepletenosti europskih država i njihovu međuovisnost kao rezultat toga. „Blagostanje se u gospodarski civiliziranom svijetu temelji na sigurnom kreditu i komercijalnim ugovorima, što je posljedica [međunarodne] podjele rada i sjajno razvijene komunikacije“, napisao je. Ali ako osvajač prijeti zapljenom svih vrijednosti, onda će ovaj gospodarski sustav izgrađen na kreditima propasti. „I osvajač bi doživio slom, stoga bi on trebao poštovati posjed neprijatelja jer u protivnom osvajanje s gospodarske strane ne bi imalo smisla“, analizirao je Angell.

Kako bi to ilustrirao, predočio je, među ostalim, scenarij njemačke invazije u Velikoj Britaniji i pljačku zlatnih rezerva banke Bank of England. Ukazao je na to da bi sve novčanice

odmah izgubile vrijednost, ljudi bi navalili na banke i to ne samo u Engleskoj. „Naime, London je obračunsko središte svijeta, u čitavom svijetu zajmovi se ne bi više uredno otplaćivali, sve vrste dionica bi pale, njihovi bi se vlasnici nalazili na rubu propasti, a njemačko bi financijsko tržište zapalo u isto kaotično stanje kao i tržište Velike Britanije.“

Angell je navodio primjer po primjer kako bi uvijek iznova došao do istog zaključka: „Vojna je moć u ekonomskom i socijalnom smislu beskorisna.“ S ekonomske strane rat prema njegovima riječima nema više smisla, a osvajača i poraženog u jednakoj mjeri osiromaši. Njegova analiza je osvajala čitatelje, knjiga je postigla tiražu od nekoliko milijuna primjeraka, a „angellizam“ je dobio mnogo sljedbenika, ponajviše među poslovnim ljudima.

I njemački kapitalisti bili su sve drugo samo ne željni rata. Direktor koncerna Hugo Stinnes bio je, primjerice, u potpunosti svjestan toga da bi u slučaju rata samo bio na gubitku. Stinnes, školski primjer dinamičnog poduzetnika počeo je 1898. prodavati „ugljen preko žice“^{*} spajanjem svojih ugljenokopa u Essenu s gradskom elektranom i tako je postavio temelj današnjeg energetskeg diva RWE-a. U rujnu 1911. Stinnes je imao razmirice s Heinrichom Claßom, jednim od vođa radikalno desničarskog „pangermanizma“, koji se zalagao za skori napadački rat. Kapitalist se ratnom huškaču usprotivio kazavši da bi „postupno mogli steći većinski udio u vlasništvu dionica ove ili one tvrtke“, „preuzeti opskrbu Italije ugljenom“ ili „se zbog potražnje za rudačama neprimjetno etablirati u Švedskoj i Španjolskoj“ te se čak ukorijeniti u Normandiji. Stinnes: „Dakle, tri ili četiri godine mira i ja ću u tišini osigurati njemačku premoć u Europi.“⁸

I drugi globalni igrači onoga doba sličnim su se argumentima obraćali caru Vilimu II. i njegovoj vladi. Tadašnji predsjednik uprave kemijskog koncerna BASF, Robert Hüttenmüller otputovao je specijalno u Berlin kako bi u povjerljivom izlaganju u Ministarstvu vanjskih poslova Savezne Republike Njemačke političke vođe odgovorio od rata. „Njemačka kemijska industrija“ je „napornim radom i teškom borbom ostvarila svoj uspjeh na svjetskom tržištu“, podsjetio je Hüttenmüller i upozorio da bi je „ozbiljno uznemiravanje svjetskog mira“ moglo „spriječiti u daljnjem razvoju.“⁹ I bankar Max Warburg iz Hamburga morao se je u slučaju rata pribojavati najgoreg za banku svoje obitelji koja je poslovala u čitavom svijetu (danas je veći dio u posjedu švicarske banke UBS). Još tjedan dana prije izbijanja rata pokušao je u razgovoru u četiri oka osobno odgovoriti cara od njegovog ratnog plana. Usprotivio se

* (nap. prev.): Električna energija dobivena iz ugljena transportirala se žicama.

monarhu, tako je zapisao u svom dnevniku, rekavši da će „Njemačka svakom godinom mira postajati sve jačom. Čekanje nam samo može donijeti dobit.“¹⁰

Ipak je netom nakon toga imperijalno ludilo pobijedilo nad željom za postizanjem dobiti. Pola svijeta palo je u ponor nasilja, iako je bilo globalizirano kao nikad prije. Angell, protivnik rata imao je pravo. Pobjednici i poraženi morali su ne samo oplakivati milijune žrtava, već su nakon rata svi bili siromašniji.

Ekonomisti koji su pristaše teorije *laissez-faire* i političari to i danas smatraju nesretnim događajem u povijesti koji nema veze s burnom globalizacijom onoga vremena. Već Joseph Schumpeter, izumitelj poznate formule o „stvaralačkom razaranju“ kojim inovativni poduzetnici ubrzavaju napredak, nije mogao na temelju interesa sudionika objasniti „agresivno ponašanje država“. Godine 1919. napisao je da se imperijalizam vjerojatno temelji na „snažnoj životnoj snazi pretkapitalističkih elemenata.“¹¹

No mnogo toga upućuje na to da je upravo žestoki trijumf kapitala i tržišta pridonio mobilizaciji ovih elemenata za postizanje masovnog oduševljenja s kojim su se narodi upustili u rat. Već se krajem 19. stoljeća, kako smatraju povjesničari ekonomije O'Rourke i Williamson, nazirao „žestok pokret protiv globalizacije“ i liberalnog gospodarskog režima. Ovaj su protupokret u kontinentalnoj Europi započeli veliki gubitnici svjetskog gospodarskog preokreta: seljaci i veleposjednici. Revolucija u prijevozništvu na europska je tržišta donijela milijune tona jeftinih žitarica iz SAD-a i Rusije i uzrokovala žestoku pobunu posebno među mladim pruskim plemićima. Njihovi su prihodi pali za do 50 posto, a njihovi veleposjedi drastično izgubili na vrijednosti.

Raspadom dotad važećeg liberalnog gospodarskog duha vremena vlada njemačkog cara Vilima zaštitila je svoju „zelenu frontu“, poljoprivrednike, visokim carinskim ogradama koje su do 1902. povećane na čak do 47 posto vrijednosti robe. Većina drugih europskih zemalja slijedila je njemački primjer. Vraćanje na protekcionizam nije uspjelo vratiti značenje poljodjelaca koje su oni izgubili, osobito zbog toga što su na kraju izgubili više tržišta u inozemstvu, nego što su osvojili u vlastitoj zemlji.

Kad su statistički podaci neposredno prije prijelaza stoljeća potvrdili da je po prvi put više zaposlenih u industriji nego u poljoprivredi, sve bliži kraj seoskog društva prouzročio je teški strah od gubitaka. Ekonomist Karl Oldenberg je 1897. godine pred evangeličkim socijalnim kongresom u Leipzigu održao vatreni govor koji je prouzročio dugogodišnju prepirku oko isprepletenosti svjetskog gospodarstva. Oldenberg se bunio protiv predstojeće ovisnosti Njemačke o „državama seljaka“ poput SAD-a ili Kine. Bude li se situacija i dalje

ovako razvijala, upozoravao je, „morat ćemo sve više izvoziti kako bismo se prehranili“. Izvozom strojeva se prema njegovim riječima upropaštava nacija.¹² I ekonomist Ludwig Pohle bio je poznat po tome što je upozoravao na globalizaciju svojega vremena. Njemačka „riskira da je se istisne sa stranih tržišta tako što će je druge zemlje s obzirom na niža primanja radnika još nadmašiti“. Istodobno zbog deset puta jeftinije radne snage poput kineske nikakvom carinskom zaštitom neće moći održati uspjeh industrija „ni na unutarnjem tržištu“, upozorio je Pohle. On „pritom ne priziva proizvoljno izmišljenog vruga. Uništenje ovih industrijskih grana već je u tijeku“, tvrdio je ekonomist, iako se u stvarnosti dogodilo upravo suprotno te je njemačka roba preplavila svjetska tržišta.¹³

U ovakvim je događajima, smatra povjesničar ekonomije Werner Abelshauser, „došao do izražaja znatan otpor prema dinamici globalizacije onoga vremena“. Taj je otpor obilježio politiku predratnog razdoblja i pripremio teren težnji za samostalnošću i nacionalnim samoopskrbljivanjem, naročito zbog toga što su carski časnički zbor i carske vojnike činili mladi plemići i seljaci.

I povjesničar Joachim Radkau, briljantan kroničar njemačke povijesti industrije u mnogobrojnim je izvorima naišao na svenazočan strah od iznenada tako bliskog inozemstva. Tu se, primjerice, s obzirom na gospodarski uspjeh SAD-a, često govorilo o „američkoj opasnosti“. Zemlja koju SAD može nadmašiti u produktivnosti „postat će s vremenom kao Kina“, napisao je jedan komentator. Njemačka industrija strojeva je, doduše, primjerice, između 1902. i 1907. ostvarila porast izvoza od punih 600 posto – uspjeh, koji je očito povijesna konstanta. Međutim, sve veća ovisnost o izvozu učinila ju je, prema riječima Radkaua, „podložnom psihozi borbe za prevlast na međunarodnom tržištu“.

Široki slojevi društva osjećali su da se previše zahtijeva od njih. Radkau je svoju knjigu o duhu vremena tog razdoblja, čija je glavna tema, kao što se to ponavlja i danas, bio sve brži i brži napredak, nazvao „Doba uzrujanosti“ („Das Zeitalter der Nervosität“). Riječ „tempo“ bila je univerzalna pomodna riječ, a neurastenija, prekomjerna razdražljivost postala je vrlo raširena bolest, ne samo u Njemačkoj. Wilhelm Erb, vodeći neurolog onoga vremena za to je krivio „konkurenciju poraslu do krajnjih granica“. Prema njemu su i građani i narodi „prisiljeni na ulaganje sve većih napora u borbi za svoj opstanak“.¹⁴

To sve sigurno nije dovoljno da bi se objasnilo zašto su europski generali i njihovi narodi 1914. godine započeli dotad najokrutniji rat svih vremena. Barem jednako toliko važan

* (nap. prev.): Neslužbeni prijevod knjige *Das Zeitalter der Nervosität*

razlog bio je nepostojanje djelotvornih međunarodnih institucija i labilan sustav vojnih saveza. Od još veće važnosti bila je vjerojatno predodžba visokih časnika, koja se kasnije činila tako apsurdnom, da se moderan rat može okončati za nekoliko mjeseci. U prvome pak je redu još svježija ideja o vlastitoj, vodećoj naciji bila snažan poticaj za mnoge Europljane. No sasvim sigurno je izgon velikog dijela stanovništva i njegova nesigurnost pripremila put ratu i oslabila njegove protivnike. Krivnja za sve probleme odviše se jednostavno prebacivala na druge zemlje i narode. Tako ratna psihoza u ljeto 1914. nipošto nije kulminirala na ruralnom području, najvažnijim regijama starokonzervativnog monarhizma, kao što je to i inače uobičajeno, nego u gradovima“, piše Radkau.

Hoće li globalizacija ponovno doživjeti neuspjeh?

Ako riječi „tempo“ i „nervoza“ zamijenimo riječima „fleksibilnost“ i „stres“, onda će nam to zvučati iznenađujuće poznato. I kao što se nekad raspalo agrarno društvo, tako danas nestaju klase radnika i zaposlenika sa cjeloživotnim zaposlenjem. Bilo da se radi o Japanu ili SAD-u, Kini ili Njemačkoj, sva društva koja su zahvaćena globalnim stapanjem sad ponovno bilježe sve dublju podjelu na pobjednike i gubitnike. I ponovno mnogi traže krivca u nekom drugom, u inozemstvu, u zlim silama koje treba uništiti. Sve je više novih modela neprijatelja: od agresivnih kineskih državnih kapitalista do urotničkog muslimana. Međunarodne ankete već dugo pokazuju da globalna integracija, što se intenzivnije razvija, nailazi na sve jači otpor u čitavom svijetu.

Može li se to, dakle, ponovno dogoditi? Hoće li sve veće napetosti ponovno eskalirati u velikom ratu s milijunima žrtava i gospodarskom nazadovanju za nekoliko desetljeća? Ratu koji se ovaj put ne bi vodio radi međusobnog pokoravanja, nego radi resursa koji nestaju – posebno radi fosilnih goriva poput nafte i plina? Ratu koji ne bi započeo jednog određenog dana, nego bi korak po korak iz puno manjih sukoba prerastao u jednu veliku eskalaciju nasilja u čitavom svijetu? Može li globalizacija ponovno doživjeti neuspjeh?

Zapravo, ništa ne govori u prilog tomu.

Naime, narodi i nacije čovječanstva nikad dosad nisu bili međusobno tako povezani kao danas. Već su više od četvrtine robe i usluga iz čitavog svijeta predmetom međunarodne trgovine. Razmjena je time dvostruko intenzivnija nego na početku 20. stoljeća te i dalje godišnje raste za devet posto, dvostruko brže od svjetskog gospodarskog rezultata. Divovski obujam trgovanja organizira oko 77 000 transnacionalnih poduzeća s više od 750 000

inozemnih društava kćeri.¹⁵ Njihovi lanci proizvodnje i distribucije protežu se preko svih kontinenata i uzrokuju neprestan promet robe. Samo luke za prekomorski promet svake godine pretovaraju oko 500 milijuna kontejnera.¹⁶ Čak se i jednostavan proizvod poput električnog brijaćeg aparata u današnje vrijeme izrađuje u do deset zemalja. Tko god bilo gdje na svijetu uđe u supermarket ili robnu kuću kako bi kupio neki proizvod, taj neizbježno stupa u vezu sa stotinama, možda i tisućama ljudi diljem svijeta. To je moguće pomoću globalne logističke mreže čiji sustavi za isporuku koji se nadgledaju putem satelita prvenstveno ovise o miru i stabilnosti.

Tržišta kapitala još intenzivnije povezuju čovječanstvo. Protivnik rata Norman Angell jednom je napisao da su međunarodni financijski odnosi „međusobno tako povezani i isprepleteni s trgovinom i industrijom“ da će svaki pokušaj prisvajanja ovog bogatstva vojnom silom završiti upravo gubitkom tog bogatstva. Danas Angellov argument ima još veću težinu. Godine 2005. već se međunarodno trgovalo dionicama, obveznicama, kreditima i tvrtkama svih vrsta u vrijednosti od šest bilijuna dolara, što je odgovaralo više nego dvostrukoj vrijednosti ukupne robe koja se godišnje proizvede u Njemačkoj i ponuđenih uslužnih djelatnosti.¹⁷

Na taj se način sve rjeđe poklapaju državljanstvo vlasnika i nacionalna pripadnost njihovog posjeda. Dionice 30 najvećih njemačkih tvrtki Njemačkog burzovnog indeksa (DAX) u prosjeku se već napola nalaze u rukama inozemnih vlasnika. U koncernima poput Adidasa i Bayera strani ulagači drže čak više od 70 posto dionica. Istodobno koncerni u sustavu Njemačkog burzovnog indeksa (Dax-30) privređuju oko dvije trećine njihove novostvorene vrijednosti u inozemstvu. U Njemačkoj stranci ukupno posjeduju kapital u vrijednosti od 3,9 bilijuna eura, dakle 3 900 milijarde eura. S druge pak strane njemačke tvrtke i ulagači posjeduju čak još više imovine u inozemstvu. Samo društva kćeri njemačkih tvrtki u inozemstvu vrijede 685 milijardi eura. Pored toga njemački ulagači drže inozemne dionice, obveznice i druge vrijednosne papire u vrijednosti višoj od četiri bilijuna eura.¹⁸ „Nacionalna tržišta kapitala sve se jače razvijaju u jedno jedino globalno tržište kapitala“, ustanovili su autori konzultantske kuće McKinsey Global Institute u svojem izvješću o internacionalizaciji tokova kapitala, jednako kao što je to stoljeće prije toga dijagnosticirao američki ekonomist Ely.

Razmišljanje i vladanje u isključivo nacionalnim okvirima pod ovim je okolnostima besmisleno. Veliki rat koji bi uništio ovaj složen sustav upravo si bogate nacije svijeta, u pravom smislu te riječi, ne bi više mogle priuštiti. Kad bi se Nijemci morali snaći bez

svjetskog tržišta i odreći se svojih investicija u inozemstvu, njihov bi se standard u najmanju ruku prepolovio.

Sveprisutnu umreženost gospodarstva prati stalna revolucija komunikacijskih struktura. Stapanje tokova informacija i baza podataka, u kojima se sve više znanja stavlja na raspolaganje u digitalnom obliku, tek je počelo. Globalno sporazumijevanje nije više samo privilegij elita, nego postaje dostupno svima. E-mailovi su gotovo besplatni, a telefonirati se može već za 1,7 centi po minuti s jednog kraja svijeta na drugi. Rezultati novijih istraživanja upućuju na to da bi i unutar jednog desetljeća mogle nestati jezične barijere jer će se računalima svaki govoreni ili pisani jezik u trenu moći prevesti na svaki drugi.¹⁹ Na taj način će ljudsko znanje biti potencijalno dostupno svima. Obrazovanje i dostupnost informacija za sve u dogledno vrijeme neće više biti problem – barem s tehničke strane.

Istovremeno je čovječanstvo tako bogato kao nikad dosad. Globalno širenje kapitalizma potaknulo je nastajanje proizvodnih snaga o kojima se prijašnje generacije nisu usudile ni sanjati. Svaki stanovnik Zemlje zaradi u prosjeku oko 10 000 dolara godišnje, što je dovoljno da nitko više ne bi trebao umrijeti od gladi, žeđi ili nedostatka primarne zdravstvene zaštite. To znači da bi se siromaštvo i neimaština, najveći uzroci sukoba, mogli suzbiti. Ili kako je rekao Jean Ziegler, borbeni švicarski sociolog i UN-ov povjerenik za pravo na prehranu: „Prvi put u povijesti čovječanstva pobijedili smo objektivni nedostatak hrane, a utopija o zajedničkoj sreći bila bi materijalno gledano, moguća“.²⁰

Ljudi na vodećim pozicijama osjećaju da je Zemlja naš svemirski brod*

Tako je globalizacija na početku 21. stoljeća dosegla novu, fascinantnu dimenziju koja se još prije jedne generacije činila nezamislivom. Sve političke i znanstvene opise novog svjetskog sustava povezuje jedna riječ: međuovisnost. Sve zemlje i ekonomije sve su više ovisne jedne o drugima.

No, to uzrokuje sve složenije uzajamno djelovanje. Rastuća potreba Kineza za energijom uzrokuje sve veće bogatstvo izvoznika nafte na Bliskom Istoku koji time žele kupiti američke koncerne, no pritom u SAD-u nailaze na otpor parlamenta koji se boji

* (nap.prev.): Svemirski brod je aluzija na pojam „Spaceship Earth“ (svemirski brod Zemlja) koji je uvela ekonomistica Barbara Mary Ward, a slavan govor o tome održao je Adlai Stevenson. Zemlja je svemirski brod na kojem žive ljudi koji troše njegove resurse. Njihov opstanak ovisi o njihovoj zajedničkoj brizi o Zemlji.

„Arapa“ na vodećim pozicijama u američkom gospodarstvu. Kriza američkog hipotekarnog tržišta ugrožava europske mirovinske sustave jer mirovinski fondovi i životna osiguranja europskih zaposlenika udjelom u američkim investicijskim društvima ovise o razvoju cijena nekretnina u SAD-u. Globalni uspjeh kapitalizma emisijom stakleničkih plinova topi arktički ledeni štit i odjednom oslobađa dio Zemlje i njezinih sirovina oko kojih se svađaju susjedne države kao u vrijeme kolonijalizma. Sve veća potražnja za biogorivom povećava cijenu kukuruza i šećerne trske i izaziva prosvjede protiv sve viših cijena namirnica od Meksika do Indonezije. Popis se može produžiti do mile volje.

Ovi složeni lanci djelovanja razvijaju dvostruku, vrlo proturječnu posljedicu: oni uzrokuju teško predvidljive rizike i istovremeno prisiljavaju na radikalnu promjenu međunarodne politike. Prijeko je potrebno vladati na globalnoj razini i to suradnjom koja nadilazi sve granice. „Globalna vlada“, rješavanje globalnih problema transnacionalnom suradnjom vlada, o kojoj su prije raspravljali samo teoretičari, napušta carstvo utopije i postaje jednako fascinantno kao i naporan dnevni zadatak u kabinetima vlada i upravama tvrtki.

Znakovi koji ukazuju na to odavno prožimaju političku svakodnevicu. Broj multilateralnih sporazuma s često više od stotinu uključenih država neprestano raste. Samo je kod Ujedinjenih naroda u New Yorku registrirano i pohranjeno više od 2 000 takvih ugovora. Globalno trgovinsko zakonodavstvo, ugovor Svjetske trgovinske organizacije, obuhvaća već gotovo 10 000 stranica. Od zaštite od epidemija do zrakoplovstva, od zakonske regulative vezane uz internet do borbe protiv kriminala i terorizma, vladanje na svjetskoj razini obuhvaća sve šira područja politike i uzrokuje stalno nova međudjelovanja nacionalne i međunarodne politike. Suprotno onome što sugerira rasprava o krizi Ujedinjenih naroda, i praktično značenje te svjetske organizacije neprestano raste. Još nikad nije toliko UN-ovih trupa sudjelovalo u mirovnim misijama kao danas. Još nikad organizacije UN-a nisu tolikim ljudima pružale pomoć u nevolji kao u ovom desetljeću.

Sve to omogućuje trajno suzbijanje glavnih ljudskih nevolja – gladi, izгона i rata. Globalni mir je moguć. No koliko se god ova perspektiva činila izvrsnom, opasnosti koje joj prijete su goleme. Novi je svjetski sustav krajnje nestabilan:

- SAD nije samo vodeća gospodarska i vojna sila, nego je istovremeno zarobljen u spirali nečuvano velikih dugova. Američki građani u sve većoj mjeri koriste mnogo više proizvoda i uslužnih djelatnosti nego što mogu sami proizvesti i ponuditi. Američkom su gospodarstvu dnevno potrebne dvije milijarde dolara inozemnog

kapitala, ponajviše iz Kine i zemalja izvoznica nafte, kako bi financiralo potrošnju svojih građana i izdatke svoje vlade. Ta je neravnoteža eksploziv na temeljima svjetskog gospodarstva, budući da tokovi kapitala ovise o anarhičnom i nestabilnom financijskom sustavu. Njegovi sudionici većinom izmiču državnoj kontroli i zloporabom svoje gospodarske moći opiru se svim pokušajima regulacije. Unatoč mnogobrojnim upozorenjima stručnjaka iz središnjih banaka i nadzornih službi neregulirana investicijska društva stvaraju sve veće špekulativne mjehure unutar i izvan bankarskog sustava, a njihovo pucanje moglo bi srušiti čitav sustav. Ako se ovo žarište opasnosti ne uspije ugasiti, onda bi se iz toga mogla razviti međunarodna gospodarska kriza zbog koje bi još više ljudi završilo na prosjačkom štapu nego 30-ih godina 20. stoljeća za vrijeme „velike depresije“.

- Budući da se nuklearne sile ne odriču svojega arsenala nuklearnog oružja, raspada se stari režim protiv daljeg neširenja nuklearnoga oružja. Čini se da je nuklearno naoružavanje gospodarski ojačalih zemalja s brzo rastućom industrijom poput Irana, Egipta, Nigerije, Saudijske Arabije, Indonezije i Brazila samo pitanje vremena. Ponovno je započela utrka u povećanju civilnih nuklearnih programa, koji bi tim nastojanjima trebali dati legitimnost. Na taj će se način umnogostručiti raspoloživost fizijskih materijala, a time raste opasnost da će oružje za masovno uništavanje pasti u ruke nedržavnih aktera. Kako bi se to spriječilo, na svjetskoj je razini potreban pokret za nuklearno razoružavanje i protiv na globalnoj razini ponovno sve češće propagande o tome da protivnik posjeduje nuklearno oružje.

- Životni stil svjetske potrošačke klase koja trenutno obuhvaća oko 1,7 milijardi ljudi primjer je ostatku čovječanstva. Čežnja za tim pokreće trenutačan oblik globalizacije, ali upravo se taj životni stil ne može globalizirati. Staro proročanstvo „kako na Zapadu, tako na Zemlji“, u koje vjeruju narodi diljem svijeta, pod današnjim se okolnostima nikad neće ostvariti. Ekološka izdržljivost planeta već je odavno ugrožena. Dokle god jedna četvrtina čovječanstva troši tri četvrtine raspoloživih resursa, ostatku od 4,5 milijardi ljudi nametnut je neki oblik globalnog aparthejda. To nužno uzrokuje ne samo sve veće migracije stanovništva (kao trenutno iz zapadne i sjeverne Afrike prema Španjolskoj i Italiji), već i istovremeno neprestano potiče utrku za pristup nafti, slatkoj vodi i plodnim tlima. Resursi su ograničeni, eksploatacija nafte

se uskoro može samo još smanjiti. Ako žele sačuvati svoj mir, bogate zemlje moraju obavezno razviti nov, održiv životni stil.

- To signaliziraju već započete klimatske promjene. One obuhvaćaju sve posljedice nekontroliranog životnog stila koje su povezane s neprestano rastućom potrošnjom fosilnih goriva. Svake godine zagrijavanje Zemljine atmosfere sve većem broju ljudi ugrožava njihovu egzistenciju, pristup oranicama i vodi. Već sredinom ovoga stoljeća 500 milijuna ljudi živjet će pod prijetnjom gladi i žeđi, poplava i suša, a time i izgona iz njihove domovine. Ako se želi spriječiti migracija stanovništva i globalna destabilizacija, emisija stakleničkih plinova mora se stabilizirati u čitavom svijetu unutar deset godina, a potom se godišnje smanjivati za najmanje pet posto. To je golem zadatak. A naročito zbog gorućeg problema nepravednosti koji treba riješiti: posljedice klimatskih promjena najjače pogađaju upravo one siromašne zemlje koje ih nisu ni prouzročile; stoga uzročnike treba što prije tražiti u industrijskim zemljama. Osim toga, rješenja problema klimatskih promjena nailaze na prividan paradoks: jedan dio gospodarstva, uglavnom proizvodnja energije i poljoprivredna proizvodnja, mora se ponovno jače prilagoditi potpuno različitim ekološkim uvjetima. To znači da se mora ukorijeniti u regiji, ali i to putem globalne političke i znanstvene suradnje.

Čovječanstvo se nalazi pred teškom odlukom. Alternative su: globalna suradnja ili globalizirane katastrofe. Prema onome što danas znamo, moramo u roku od 10 do 15 godina postaviti glavne smjernice. Dobra je vijest da za sve navedene probleme postoje izvediva rješenja, a tisuće političara, znanstvenika, poduzetnika i aktivista diljem svijeta već odavno rade na njihovoj provedbi. Ulagači preraspodjeljuju svoje portfelje na štetu poduzeća koja svojim djelovanjem štetno utječu na klimu te radije ulažu svoj novac u perspektivnu proizvodnju čiste energije. Veliki koncerni poput Coca-Cole i Hewlett-Packarda surađuju s aktivistima kako bi očuvali vodne resurse ili siromašnom afričkom stanovništvu jednostavnim računalima omogućili povoljan pristup internetu. Najbogatiji Amerikanci i slavne osobe, od Billa Gatesa do Billa Clintona, donacijama i zakladama vrijednim milijarde dolara natječu se u osmišljavanju najboljeg projekta koji će spasiti svijet, a Europska unija donosi revolucionarne odluke u vezi s reformom opskrbe energijom.

Iako još mnogo toga nije dovoljno razrađeno ili više služi promidžbi nego napretku, ipak se ne može previdjeti sljedeće: pojavio se nov globalan način razmišljanja koji nadilazi već dugo aktivne temeljne organizacije poput Attaca, Greenpeacea ili WWF-a. Sve većem

broju ljudi postaje jasno da nijedna zemlja na svijetu ne može sama izaći na kraj s nadolazećim krizama, čak ni najjači (SAD), a ni zemlje s najbrojnijim stanovništvom (Kina, Indija). Oni koji stalno propagiraju nacionalna ili vojna rješenja teže za iracionalnim prividnim rješenjima. Čak i kada bi odgovorni bili spremni prihvatiti stotine milijuna žrtava, oni sami sebe i svoje nacije ne bi mogli zaštititi od posljedica. Tako upravo klimatske promjene osim velike opasnosti kriju i veliku šansu: one bi mogle postati pokretač koji će vlade i njihove narode podučiti kako nadići nacionalne okvire i pronaći zajednička rješenja za globalne probleme.

No na putu prema globalnoj suradnji – a to je loša vijest – pojavljuje se opasnost koja svakim danom postaje sve razornijom: sve veći razdor između pobjednika i gubitnika. Desetljećima su vlade zapadnih naroda koji uživaju u blagostanju poticale globalnu integraciju prije svega čistom liberalizacijom gospodarskih procesa. Pod pritiskom dobro organiziranih gospodarskih elita vjera u samoreguliranje tržišta postala je državnom ideologijom od Washingtona do Tokija, a politika se dovela u globalizacijsku zamku. Tvrtke i oni koji upravljaju kapitalom razvili su se u sile koje djeluju u čitavom svijetu, dok je politika ostala zarobljena u nacionalnim okovima. Zapostavljen je razvoj institucija nadziranih na demokratski način i sklapanje ugovora kojima bi se omogućilo iskorištavanje plodova globalizacije u korist svih. Sve su globalne institucije, od Međunarodnog monetarnog fonda do UN-a, ostale elitna događanja vladinih birokrata koji se nisu morali brinuti za interese većine i nisu morali polagati račune nijednom parlamentu. Stoga koncerni i njihove organizacije mogu okrenuti vlade pojedinih država jedne protiv drugih, tako da se politika jasno svede na puko služenje kapitalističkim interesima. Globalna borba za ulagače pokrenula je utrku za najnižim porezima na prihode od uloženog kapitala i najnižim plaćama za zaposlenike.

Rezultat je bizarna, nejednaka raspodjela dohotka i kapitala koja svakim danom postaje sve većom. Jaz između kapitalne dobiti i brutodohotka povećava se već dobrih 20 godina. U međuvremenu jedan posto čovječanstva raspolaže s preko 40 posto ukupne neotuđive imovine poduzeća, dok sve veći broj građana mora živjeti sa sve manjim plaćama i rastućom nesigurnošću. To ne može dobro završiti. Tko smatra da mu prijete marginalizacija, taj teži za marginalizacijom onih još slabijih i stranaca. Stoga strah od gubitka egzistencije i manjak perspektiva spasiteljima i radikalistima dovodi sve više pristaša, a politiku posvuda hrani iracionalnošću i populizmom. Od islamista Srednjega istoka i južne Azije preko

američkih kršćanskih fundamentalista i protekcionista sve do europskih neonacista i desničarskih populista diljem svijeta formira se pokret protiv globalne integracije. Rastu ksenofobija, rasizam i težnja za nacionalnim i regionalnim odvajanjem od južnih zemalja u usponu. Usporedno s tim sve više vlada reagira na novo antiglobalističko raspoloženje geostrateškim planovima kako bi vojnom silom zaštitile vlastitu bazu resursa.

Na početku 20. stoljeća države i vlade bile su još prejake te su se protivile mirnom širenju tržišnog gospodarstva. Globalizacija je, kao što potvrđuju povijesna istraživanja, propala zbog „prekapitalističkih elemenata“ koji su se temeljili na osvajačkim težnjama i nacionalizmu. Danas je situacija obrnuta: države i vlade preslabe su da bi regulirale žestok trijumf tržišta i kapitala na način da golemi uspjesi globalne podjele rada idu u korist čitavom čovječanstvu, a ne samo malobrojnoj manjini.

1. Poglavlje Globalizacijom do dna

- ¹ Citirano prema Niallu Fergusonu, Sinking Globalization, u: Foreign Affairs, ožujak/travanj 2005.
- ² Richard Ely, Studies in the Evolution of the Industrial Society, New York 1903., str. 68 i d.
- ³ Kevin H. O'Rourke, Jeffrey G. Williamson, Globalization and History, Cambridge, MA, 1999., str. 2
- ⁴ Peter Hertner, German Multinational Enterprise before 1914: Some Case Studies, u: Peter Hertner, Geoffrey Jones, Multinationals. Theory and history; Adelshot (Gower) 1986., str. 113 i d.
- ⁵ Hugo Ott, Hermann Schäfer (Hrsg.), Wirtschafts-Ploetz. Die Wirtschaftsgeschichte zum Nachschlagen, Würzburg 1984., str. 409 i d.
- ⁶ Herbert Giersch, Das mobile Kapital erzieht die Wirtschaftspolitik zur Verantwortung, Handelsblatt, 31. kolovoz 1998.
- ⁷ Norman Angell, The Great Illusion (1910), Pretisak: North Stratford, New Hampshire, 2006.
- ⁸ Citirano prema Joachimu Radkau, Das Zeitalter der Nervosität, München 1998.
- ⁹ Werner Abelshausen, Die BASF. Von 1865 bis zur Gegenwart. Geschichte eines Unternehmens, München 2002., str. 168
- ¹⁰ Radkau, na navedenom mjestu
- ¹¹ Joseph A. Schumpeter, Zur Soziologie der Imperialismen, u: Archiv für Sozialwissenschaft und Sozialpolitik, svezak 46 (1918./1919.), str. 309 i d.
- ¹² Citirano prema navodima prof. Wenera Abelshausera, Sveučilište u Bielefeldu
- ¹³ Ludwig Pohle, Deutschland am Scheidewege: Betrachtungen über die gegenwärtige volkswirtschaftliche Verfassung und die zukünftige Handelspolitik Deutschlands, Leipzig 1902., str. 126-130
- ¹⁴ Norman Angell, The Great Illusion, na navedenom mjestu
- ¹⁵ UNCTAD, World Investment Report 2006., Genf, str. 5
- ¹⁶ Podaci iz „Cargo Cults“, The Economist, 15. lipanj 2006.
- ¹⁷ McKinsey Global Institute, Mapping the Global Capital Market, siječanj 2007.
- ¹⁸ Bundesbank, Das deutsche Auslandsvermögen Ende 2006., Pressenotiz, 26. rujan 2007.
- ¹⁹ Harald Schumann, Bye, Bye, Babel, Tagesspiegel, 2. prosinac 2006.

²⁰ Jean Ziegler u intervjuu s novinom Germanwatch, br. 4, 2005.

Njemački izvornik
Deutscher Ausgangstext

1. Globalisiert in den Abgrund

Das neue Zeitalter der globalen Interdependenz und die Warnung der Geschichte

Nie zuvor waren die Völker und Nationen der Menschheit einander so nah.

Unablässig überqueren Informationen und Kapital die Ozeane zwischen Europa, Amerika und Asien. Neue Technologien ermöglichen die Verständigung im Sekundentakt und den schnellen Transport über alle Grenzen hinweg. Der internationale Handel erstreckt sich bis in die letzten Winkel aller Kontinente. Tausende von Unternehmen bauen weltweite Produktions- und Vertriebsketten auf. An den Knotenpunkten des Informationsnetzes in London und New York schmieden Investmentbanker immer neue Finanzgesellschaften, die mit dem Kapital der Reichen neue Städte, Transportwege und Fabriken in den schnell wachsenden Schwellenländern finanzieren. Die Aufholjagd der Aufsteigerstaaten und der technologische Wandel ändern das Alltagsleben radikal. Ganze Berufsgruppen verschwinden, weil neue Maschinen auf einen Schlag einige Hundert Arbeitskräfte ersetzen können. Gleichzeitig verdrängen Billigimporte viele alte Produzenten. Millionen Menschen werden arbeitslos und suchen ihr Glück in der Auswanderung nach Übersee.

Der beispiellose Boom setzt eine bis dahin ungekannte Dynamik frei, und Ökonomen schwärmen von der „Aufhebung der Distanz“.¹ Die Phase der national organisierten Volkswirtschaften gehe ihrem Ende entgegen, schreibt Richard Ely, einer der führenden Wirtschaftswissenschaftler der USA. „Die nächste Stufe“, prophezeit er, „wird die Weltwirtschaft sein, der Geldmarkt ist bereits ein wirklicher Weltmarkt.“²

Das war im Jahr 1903. Was sich liest wie ein aktueller Kommentar zur Weltwirtschaft, schildert tatsächlich eine Entwicklung, die bereits vor mehr als hundert Jahren ablief. Multinationale Konzerne, internationaler Wettbewerb und weltumspannende Kapitalströme sind keine Erfindung unserer Zeit. Zu Beginn des vergangenen Jahrhunderts waren die gleichen wirtschaftlichen Kräfte, die auch heute wieder die Menschheit in ihrem Bann halten, schon einmal am Werk. Der Prozess der Globalisierung, die weltweite Verschmelzung von Märkten und Unternehmen, von Wissen und Kulturen auf dem Wege des Handels mit Waren und Kapital, veränderte auch schon das Leben unserer Groß – und Urgroßeltern mit aller Macht. „Um 1914 gab es kaum eine Stadt irgendwo auf der Erde, deren Preise nicht von entfernten Auslandsmärkten beeinflusst waren, deren Infrastruktur nicht durch ausländisches

Kapital mitfinanziert wurde und deren Kenntnisse und Geschäftsmethoden nicht aus dem Ausland importiert wurden“, stellten die Wirtschaftshistoriker Kevin O’Rourke und Jeffrey Williamson fest, als sie die Geschichte der Globalisierung erforschten.³ Wie auch heute wieder befeuerten revolutionäre neue Technologien die globale Expansion der Marktwirtschaft. Autos und Filme, Röntgenstrahlen und elektrisches Licht, Telefon und synthetische Farben versetzten die Menschen damals ebenso in Erstaunen wie heute die Elektronik, das Internet oder die Nanotechnik.

Pioniere wie Bill Gates und Larry Page, die mit Microsoft und Google aus Studentenideen milliardenschwere Weltunternehmen schufen, gab es auch in der ersten Epoche der Globalisierung. Sie hießen Werner von Siemens oder Thomas Edison und bauten wie ihre modernen Nachfolger binnen einer Generation aus Hinterhofwerkstätten Weltkonzerne auf. Um die Jahrhundertwende besaß die Siemens-Familie bereits 30 Produktionsstätten rund um die Welt und kontrollierte über eine steuergünstige Schweizer Finanzholding Elektrizitäts-, Straßenbahn- und Beleuchtungsgesellschaften von Argentinien bis Russland.⁴ Genauso hielt es die Konkurrenz. AEG, Edison General Electric und dessen Widersacher Westinghouse expandierten alle gleichzeitig weltweit. Gemeinsam schmiedeten die vier Konzerne sogar ein Weltkartell und sicherten sich Gewinne wie heute Microsoft, der Weltmonopolist.

Größter Antrieb für das Wachstum waren die neuen Kommunikations- und Transportadern. Eisenbahnnetze wurden ausgebaut, immer größere Handelsschiffe konstruiert, und zigtausend Kilometer Telegrafleitungen vernetzten die Weltmärkte. Die Geschichten vom riskanten Bau der Straßen für die rauchenden Stahlrösser auf dem Balkan, in Ägypten, Indien, China und Nordamerika lieferten den Stoff für die Abenteuerromane der Epoche. Im Jahre 1880 lagen weltweit erst knapp 370 000 Kilometer Bahnschienen, 1912 waren er mehr als eine Million. Im gleichen Zeitraum verdoppelte sich die Tonnage der Welthandelsflotte, und die Kapazität der unterseeischen Telegrafenkabel legte in 17 Jahren um 70 Prozent zu.⁵ Londoner Börsenbroker mussten im Jahr 1913 nicht einmal mehr eine Minute auf eine Verbindung warten, wenn sie mit ihren Partnern in New York Kurse und Aufträge austauschen wollten.

Damit wurden aus fernen „unzivilisierten“ Regionen lockende Wachstumszentren. Chicago zum Beispiel verwandelte sich binnen zweier Jahrzehnte von der Frontstadt am Rande der Wildnis in eine Metropole, die mit ihrer Warenterminbörse die Weltmarktpreise für Getreide und Holz bestimmte. Das Schienennetz, das in der Stadt zusammenlief, wurde zum

größten Teil von europäischen Investoren finanziert. Sie profitierten von einem grenzenlosen Finanzsystem, das sich mit dem britischen Empire in weiten Teilen der Welt durchgesetzt hatte. Das Vereinigte Königreich, der Hegemon der Vorkriegszeit, bestimmte ähnlich wie heute die USA die geschäftlichen und monetären Regeln. England stellte mit dem Pfund die global akzeptierte Währung, und die Banker der Londoner City verwalteten große Teile des Vermögens der Reichen ganz Europas. Mit dabei war auch schon damals die Deutsche Bank, die bis 1914 zum damals größten Geldhaus der Welt aufstieg. Die Finanzmanager steckten das Geld ihrer Anleger in Tausende von geschlossenen Fonds für Minen, Eisenbahnen oder auch öffentliche Kanalsysteme in den aufstrebenden Regionen. Daneben verdanken auch andere klingende Namen der heutigen Konzernwelt wie Royal Dutch Schell oder British Petroleum (BP) ihre Geburt dem damaligen Boom der Anlegerfonds, die auf den steigenden Ölverbrauch spekulierten. Vergleichbar den heutigen Risikokapitalfonds, produzierten sie dabei ebenso überragende Gewinnerfolge wie spektakuläre Pleiten.

Barings etwa, ausgerechnet jene Bank, die 1995 an den Fehlspekulationen ihres Repräsentanten in Singapur Bankrott ging, wurde gut 100 Jahre zuvor schon einmal an den Rand der Pleite gedealt. Der damalige Crash seiner Argentinien-Anleihen zwang das Institut nur deshalb nicht zum Konkurs, weil die Bank of England großzügig Kredit gab, um den Ruf des Finanzplatzes London zu retten.

So durchlebten die Industrieländer in den drei Jahrzehnten um die Jahrhundertwende einen Entwicklungsschub, der den Umbrüchen der heutigen Zeit an Wucht und Geschwindigkeit kaum nachsteht. Das 20. Jahrhundert begann genauso wie das 21. Jahrhundert mit einer rasanten Beschleunigung der internationalen wirtschaftlichen Vernetzung.

60 Jahre Rückschritt

Vielen Ökonomen, die zumeist Anhänger der klassischen Lehre des Laissez-faire sind und stets geneigt, den Markt als eigentliche Treibkraft der Geschichte anzusehen, scheint daher die Sache klar: Es gibt nichts Neues im Universum, die globale Integration schreitet unablässig voran. „Globalisierung ist nur ein neues Schlagwort für einen schon lange währenden Vorgang: die räumliche Ausdehnung der kapitalistischen Wirtschaftsweise bis an den Rand der Welt“, urteilt etwa Herbert Giersch, langjähriger Präsident des Kieler Instituts für Weltwirtschaft und Doyen der deutschen Wirtschaftswissenschaft. Folglich gehe aller

Streit über deren Gefahren fehl. „Der Prozess der Globalisierung ist irreversibel“, meint Giersch und weiß sich dabei einig mit den wirtschaftlichen Eliten in aller Welt. „Man sollte sich ihm anpassen und nicht widersetzen.“⁶

Gerne berufen sich Giersch und andere Marktgläubige in diesem Zusammenhang auf Karl Marx und Friedrich Engels, die „recht behalten“ hätten. Schließlich beschrieben schon die beiden Revolutionäre des 19. Jahrhunderts in ihrem „Kommunistischen Manifest“, wie die „Bourgeoisie“ das „Bedürfnis nach einem stets ausgedehnteren Absatz für ihre Produkte ... über die ganze Erdkugel“ jage. Enthusiastisch feierten die Vordenker des Kommunismus die Vernichtung „der uralten nationalen Industrien“ und deren Verdrängung durch neue, „deren Einführung eine Lebensfrage für alle zivilisierten Nationen wird“. Fasziniert bewunderten sie die „ununterbrochene Erschütterung aller gesellschaftlichen Zustände... Alle festen eingerosteten Verhältnisse werden aufgelöst, alle neu gebildeten veralten, ehe sie verknöchern können.“

Das klingt wie die Standortreden deutscher Industrielobbyisten und Konzernvorstände, wenn sie gegen verkrustete Strukturen und Besitzstände des Wohlfahrtsstaates zu Felde ziehen und alle Kritik an der globalen Integration zurückweisen. Und tatsächlich haben die modernen Marktgläubigen mit Marx eines gemeinsam: die Überzeugung, es gebe für die Menschheit so etwas wie einen vorbestimmten Weg der Entwicklung. Immer größere Märkte, immer enger geknüpfte internationale Arbeitsleistung, immer mächtigere Unternehmen – nur eine solche Zukunft ist in ihrem Weltbild vorgesehen.

Solchem ökonomischen Determinismus kann jedoch nur huldigen, wer die Zeit zwischen 1914 und 1973 nur als vorübergehende Abweichung vom geraden Pfad des Fortschritts abtut. Denn diese sechs Jahrzehnte verbrachte die Menschheit damit, eben diese Grenzen sprengende Kraft des Kapitalismus entweder mit Gewalt zu bekämpfen oder wenigstens in ein Korsett aus Regeln und weltweiten Abkommen zu zwingen. Die Kommunisten verwarfen in den von ihnen eroberten Ländern das ganze Marktsystem und setzten alles daran, eine Staatswirtschaft zu etablieren. Die kapitalistisch verfassten Staaten dagegen kämpften erst mit den katastrophalen Folgen eines weltweiten Marktzusammenbruchs in den 30er Jahren und erfanden später mit starker staatlicher Regulierung festgezurrte Handels-, Währungs- und Sozialsysteme, die sie vor einer Wiederholung solcher Krisen schützen sollten.

Den Beginn dieser Periode markiert die bis dahin, gemessen an der Zahl der Toten, größte Katastrophe der menschlichen Geschichte: der Erste Weltkrieg. Mit ihm begann eine

radikale Abkehr von der weltwirtschaftlichen Integration. Das vordem stabile, beinahe global gültige Währungs- und Handelssystem, basierend auf dem britischen Goldstandard, verschwand für immer. Eine vergleichbare internationale Wirtschafts- und Währungsordnung entstand erst wieder nach 1945, und das auch nur auf der westlichen Seite des Eisernen Vorhangs. Erst 1973, 60 Jahre später, erreichte der Welthandel, gemessen als Anteil an der weltweiten Wertschöpfung, wieder das Niveau, das er 1913 schon einmal erreicht hatte. Noch ein Jahrzehnt länger dauerte es, bis schließlich alle Industriestaaten auch auf die Kontrollen beim Handel mit Kapital und Währungen verzichteten und sich wieder auf einen liberalisierten, internationalen Kapitalmarkt einließen, dessen Umsatzvolumen dem der Vorkriegszeit entsprach – ein Abenteuer, das viele Regierungen heute wieder schon bereuen.

Die wechselvolle Wirtschaftsgeschichte des 20. Jahrhunderts belegt: Die grenzenlose Ausdehnung des Kapitalismus ist keineswegs vorherbestimmt. Der Lauf der Geschichte kann durchaus eine andere Richtung nehmen. Es handelt sich um einen dialektischen Prozess. Wo immer der Mechanismus von Angebot und Nachfrage, von Kapitalrendite und Strukturwandel Grenzen überwindet, Partikularinteressen verletzt oder bestehende Kulturen bedroht, erzeugt dieser Vorgang auch Gegenbewegungen. Und die Konsequenzen sind offen. Dass der Trend zur globalen Integration anhält und nicht wieder ins Gegenteil umschlägt, ist keineswegs ausgemacht. Die Europäer genießen schon seit mehr als sechzig Jahren Frieden und Wohlstand. Darum erscheint ihnen der Gedanke abwegig, dass es wieder zu einem weltweiten Krieg kommen könnte; deshalb wird das Szenario eines erneuten Sturzes in den Abgrund als unreal verworfen. Aber das Konfliktpotenzial steigt fortwährend an.

Global Player gegen Kaiser Wilhelms Krieg

Wären die Ereignisse lediglich der Logik des Marktes gefolgt, hätte auch der Erste Weltkrieg gar nicht stattfinden dürfen. Keiner beschrieb diesen Umstand präziser als der britische Publizist und spätere Friedensnobelpreisträger Norman Angell. Im Jahr 1910, vier Jahre vor Ausbruch des Krieges, veröffentlichte Angell eine Streitschrift, die sich frontal gegen den militaristischen Zeitgeist der Epoche wandte. Europas Großmächte waren in einen teuren Rüstungswettlauf verstrickt. Zur Rechtfertigung heizten die Regierungen mit der Propaganda vom Kampf um lebensnotwendige Ressourcen und das Überleben ihrer Nationen die Stimmung an. Deutschland rüstete gegen Großbritannien, Russland schmiedete Allianzen gegen Österreich-Ungarn, Frankreich sann auf Revanche für die Schmach von 1871. Doch

Angell, ein scharfzüngiger Analytiker und Selfmade-Gelehrter, hielt dagegen. Die Vorstellung, in der modernen Welt ließe sich mittels kriegerischer Gewalt der Wohlstand eines Landes mehren oder auch nur sichern, sei „eine große Illusion“, schrieb er in seinem Buch mit dem gleichnamigen Titel.⁷

Anders als die Pazifisten seiner Zeit argumentierte Angell nicht moralisch, sondern ökonomisch. Er verwies auf den hohen Grad der wirtschaftlichen Verflechtung zwischen den europäischen Staaten und die daraus folgende gegenseitige Abhängigkeit. „In der wirtschaftlich zivilisierten Welt beruht der Wohlstand auf sicherem Kredit und kommerziellen Verträgen, eine Folge der [internationalen] Arbeitsteilung und der großartig entwickelten Kommunikation“, schrieb er. Wenn aber ein Eroberer mit Beschlagnahmung aller Werte drohe, werde dieses auf Krediten aufgebaute Wirtschaftssystem untergraben. „Der Kollaps würde den Eroberer selbst treffen, darum müsste dieser den Besitz des Feindes respektieren, folglich wäre die Eroberung wirtschaftlich sinnlos“, analysierte Angell.

Zur Veranschaulichung spielte er unter anderem das Szenario einer deutschen Invasion in Großbritannien und den Raub der Goldreserven der Bank of England durch. Sofort würde alles Papiergeld seinen Wert verlieren, die Menschen würden die Banken stürmen, und das nicht nur in England, warnte er. „Denn London ist die Abrechnungszentrale der Welt, Anleihen würden weltweit nicht mehr bedient, alle Arten von Aktien würden fallen, ihre Besitzer wären vom Ruin bedroht, und Deutschlands Finanzmarkt würde in den gleichen chaotischen Zustand verfallen wie der von Großbritannien.“

Beispiel für Beispiel deklinierte Angell durch, nur um immer wieder zum gleichen Schluss zu kommen: „Militärische Macht ist wirtschaftlich und sozial nutzlos.“ Ökonomisch ergebe Krieg keinen Sinn mehr und würde Eroberer und Besiegte gleichermaßen ärmer machen. Die Analyse war bestechend, das Buch erzielte Millionenauflagen, und der „Angellismus“ fand viele Anhänger, vornehmlich unter Geschäftsleuten.

Auch Deutschlands Kapitalisten waren alles andere als kriegslüsternd. Der Konzernführer Hugo Stinnes etwa war sich völlig darüber im Klaren, dass er im Kriegsfall nur verlieren könnte. Stinnes, ein dynamischer Unternehmer wie aus dem Lehrbuch, hatte 1898 durch die Verbindung seiner Essener Kohlenzeche mit dem städtischen Elektrizitätswerk begonnen, „Kohle per Draht“ zu verkaufen, und legte damit den Grundstock für den heutigen Konzernkolos RWE. Im September 1911 stritt sich Stinnes mit Heinrich Claß, einem der Führer der rechtsradikalen „Alldeutschen Bewegung“, die für einen baldigen Angriffskrieg trommelte. Man könne doch, hielt der Kapitalist dem Kriegstreiber entgegen,

„nach und nach die Aktienmehrheit von diesem oder jenem Unternehmen erwerben“, die „Kohleversorgung Italiens an sich bringen“ oder „wegen der notwendigen Erze in Schweden und Spanien unauffällig Fuß fassen „und sich sogar in der Normandie festsetzen. Stinnes: „Also drei oder vier Jahre Frieden, und ich sichere die deutsche Vorherrschaft in Europa im Stillen.“⁸

Mit ähnlichen Argumenten wurden auch andere Global Player jener Zeit bei Kaiser Wilhelm II. und seiner Regierung vorstellig. Der damalige Vorstandsvorsitzende des Chemiekonzerns BASF, Robert Hüttenmüller, reiste eigens nach Berlin, um bei einem vertraulichen Vortrag im Auswärtigen Amt Deutschlands politischer Führung den Krieg auszureden. „Die deutsche chemische Industrie“ habe durch „harte Arbeit und schwere Kämpfe ihre Erfolge auf dem Weltmarkt erzielt“, mahnte Hüttenmüller und warnte, „tief greifende Störungen des Weltfriedens“ könnten „sie an ihrer Weiterentwicklung hindern“.⁹ Auch der Hamburger Bankier Max Warburg musste für die weltweit tätige Bank seiner Familie (heute größtenteils im Besitz des Schweizer Geldkonzerns UBS) im Kriegsfall das Schlimmste fürchten. Noch eine Woche vor Kriegsausbruch versuchte er den Kaiser daher persönlich in einem Vieraugengespräch von dessen Kriegsplänen abzubringen. Er hielt dem Monarchen entgegen, so notierte er in seinem Tagebuch, „Deutschland werde mit jedem Jahr des Friedens stärker. Abwarten könne uns nur Gewinn bringen.“¹⁰

Trotzdem siegte kurz darauf der imperiale Wahn über das Streben nach Gewinn. Obwohl sie globalisiert war wie nie zuvor, stürzte die halbe Welt in einen Abgrund der Gewalt. Kriegsgegner Angell behielt recht. Sieger und Besiegte mussten nicht nur Millionen Tote beklagen, sie waren zudem nach dem Krieg allesamt ärmer.

Für marktgläubige Ökonomen und Politiker gilt das bis heute als eine Art Unfall der Geschichte, für den es keinen Zusammenhang zur stürmischen Globalisierung jener Zeit gibt. Schon Joseph Schumpeter, Erfinder der berühmten Formel von der „schöpferischen Zerstörung“, mit der innovative Unternehmer den Fortschritt vorantreiben, vermochte sich „das aggressive Verhalten der Staaten „nicht so recht aus den Interessen der Beteiligten zu erklären. Der Imperialismus, so schrieb er 1919, gehe wohl zurück auf „die starke Lebenskraft der vorkapitalistischen Elemente“.¹¹

Doch vieles deutet darauf hin, dass gerade der rasende Triumph von Kapital und Markt dazu beitrug, diese „Elemente“ für die massenhafte Begeisterung zu mobilisieren, mit der sich die Völker in den Krieg stürzten. Bereits gegen Ende des 19. Jahrhunderts, meinen die Wirtschaftshistoriker O'Rourke und Williamson, habe sich ein „massiver Rückschlag

gegen die Globalisierung“ und das liberale Wirtschaftsregime abgezeichnet. Diese Gegenbewegung begann in Kontinentaleuropa bei den großen Verlierern des weltwirtschaftlichen Umbruchs: den Bauern und Großgrundbesitzern. Die Revolution im Transportwesen schwemmte Millionen Tonnen billiges Getreide aus den USA und Russland auf die europäischen Märkte und stiftete massive Unruhe, insbesondere unter Preußens Junkern. Deren Einkünfte brachen um bis zu 50 Prozent ein, ihre Ländereien verloren drastisch an Wert.

Im Bruch mit dem bis dahin geltenden wirtschaftsliberalen Zeitgeist verschanzte die Regierung von Kaiser Wilhelm darum ihre „Grüne Front“, den Nährstand, hinter hohen Zollmauern, die bis 1902 auf bis zu 47 Prozent des Warenwertes angehoben wurden. Die meisten anderen europäischen Länder folgten dem deutschen Beispiel. Der protektionistische Rückfall vermochte jedoch den Bedeutungsverlust der Agrarier nicht auszugleichen, zumal sie am Ende mehr Märkte im Ausland verloren, als sie im Inland gewannen.

Als die Statistik kurz vor der Jahrhundertwende dann erstmals mehr Beschäftigte in der Industrie als in der Landwirtschaft auswies, verursachte das nahende Ende der ländlichen Gesellschaft massive Verlustängste. Im Jahre 1897 hielt der Ökonom Karl Oldenberg vor dem evangelischen Sozialkongress in Leipzig eine Brandrede, die einen jahrelangen Streit um die weltwirtschaftliche Verflechtung auslöste. Oldenberg wettete gegen die drohende Abhängigkeit Deutschlands von „Bauernstaaten“ wie den USA oder China. Gehe die Entwicklung weiter, drohte er, „werden wir immer mehr exportieren müssen, um uns zu ernähren“. Folglich sei der Maschinenexport „Totengräberarbeit“ an der Nation.¹² Auch der Ökonom Ludwig Pohle war ein prominenter Warner vor der Globalisierung seiner Zeit. Deutschland laufe nicht nur „Gefahr, dadurch auf fremden Märkten verdrängt zu werden, dass dritte Länder hinsichtlich des niederen Stands der Arbeitslöhne Deutschland noch übertreffen“. Gleichzeitig werde Deutschland dieselben Industrien „auch für den inneren Markt gegen zehnmal so billige Arbeitskräfte wie die der Chinesen durch keinen Zollschutz zu halten vermögen“, warnte Pohle. Er male „dabei kein willkürlich konstruiertes Schreckensgespenst an die Wand. Die Zerstörung dieser Industrien“ sei „schon im Gange“, behauptete der Wirtschaftswissenschaftler, obwohl in Wahrheit genau das Gegenteil geschah und deutsche Waren die Weltmärkte fluteten.¹³

In solchen Ausbrüchen, meint der Wirtschaftshistoriker Werner Abelshäuser, „artikulierte sich erheblicher Widerstand gegen die Globalisierungsdynamik jener Zeit“. Dieser prägte die Politik der Vorkriegszeit und bereitete den Boden für das Streben nach

Autarkie und nationaler Selbstversorgung, nicht zuletzt deshalb, weil sich das Offizierscorps und die Soldaten des Kaiserreiches aus den Junkern und ihren Bauern rekrutierten.

Auch der Historiker Joachim Radkau, ein brillanter Chronist der deutschen Industriegeschichte, stieß in zahllosen Quellen auf die allgegenwärtige Angst vor dem plötzlich so nahen Ausland. Da war etwa angesichts des wirtschaftlichen Erfolges der USA vielfach von der „amerikanischen Gefahr“ die Rede. Ein Land, das sich in der Produktivität von den USA überflügeln lasse, „werde allmählich in eine Art Chinesentum“ versinken, schrieb ein Kommentator. Zwar erzielte beispielsweise die deutsche Maschinenbauindustrie zwischen 1902 und 1907 ein Exportwachstum von vollen 600 Prozent – ein Erfolg, der offenbar eine historische Konstante ist. Aber die zunehmende Exportabhängigkeit, so Radkau, „machte anfällig für die Psychose des internationalen Wettlaufs“.

Ein Gefühl der Überforderung durchdrang weite Teile der Gesellschaft. „Das Zeitalter der Nervosität“ betitelte Radkau sein Buch über den Zeitgeist der Epoche, deren großes Thema – wie heute wieder – die fortwährende Beschleunigung war. „Tempo“ war das universale Modewort, und die Neurasthenie, die übermäßige Erregbarkeit, stieg zur Volkskrankheit auf, nicht nur in Deutschland. Wilhelm Erb, der führende Neurologe jener Zeit, machte dafür die „ins Unangemessene gesteigerte Konkurrenz“ verantwortlich. Bürger wie Nationen seien „zu gewaltig vermehrten Anstrengungen im Kampfe um ihr Dasein genötigt“.¹⁴

All das reicht gewiss nicht zur Erklärung, warum es Europas Generäle und ihre Völker im Jahr 1914 in den bis dahin grausamsten Krieg aller Zeiten trieb. Mindestens ebenso wichtig waren das Fehlen funktionierender internationaler Institutionen und das labile System der militärischen Allianzen. Noch schwerer wiegt vermutlich die später so absurd anmutende Vorstellung der Militärs, ein moderner Krieg wäre in wenigen Monaten ausgefochten. Und nicht zuletzt war auch die damals noch unverbrauchte Idee von der eigenen, überlegenen Nation für viele Europäer ein starker Antrieb. Aber ganz sicher hat auch die Entwurzelung und Verunsicherung großer Teile der Bevölkerung den Weg in den Krieg bereitet und die Gegenkräfte geschwächt. Allzu leicht ließen sich die Ursachen aller Probleme auf andere Länder und Völker verschieben. So kulminierte im Sommer 1914 „bezeichnenderweise die Kriegspsychose keineswegs auf dem platten Land, den Kernregionen des altkonservativen Monarchismus, sondern in den Städten“, schreibt Radkau.

Scheitert die Globalisierung erneut?

Ersetzt man die Worte „Tempo“ und „Nervosität“ durch „Flexibilität“ und „Stress“, dann klingt all das verblüffend vertraut. Und so wie sich damals die Agrargesellschaft auflöste, verschwinden heute die Milieus der lebenslang beschäftigten Arbeiter und Angestellten. Ganz gleich, ob in Japan oder den USA, in China oder Deutschland, alle von der globalen Verschmelzung erfassten Gesellschaften verzeichnen nun erneut eine sich vertiefende Spaltung in Gewinner und Verlierer. Und wieder suchen viele die Schuld bei den anderen, im Ausland, bei bösen Kräften, die es zu bekämpfen gelte. Neue Feindbilder, vom aggressiven chinesischen Staatskapitalisten bis zum verschwörerischen Moslem, haben Konjunktur. Die globale Integration, das signalisieren internationale Umfragen seit Langem, trifft weltweit auf umso stärkere Abwehr, je intensiver sie voranschreitet.

Kann es also wieder passieren? Könnten sich die zunehmenden Spannungen erneut in einem großen Krieg entladen, mit Millionen Toten und einem wirtschaftlichen Rückfall um Jahrzehnte? Einem Krieg, der diesmal nicht um die gegenseitige Unterwerfung, aber dafür um die schwindenden Ressourcen – insbesondere bei den fossilen Brennstoffen Öl und Gas – geführt würde? Einem, der nicht an einem bestimmten Tag beginnen würde, sondern sich Schritt für Schritt aus vielen kleineren Konflikten zu einem weltweiten Flächenbrand der Gewalt ausweiten würde? Kann die Globalisierung erneut scheitern?

Eigentlich spricht alles dagegen.

Denn nie zuvor waren die Völker und Nationen der Menschheit einander so nah wie heute. Schon mehr als ein Viertel aller weltweit produzierten Waren und bereitgestellten Dienstleistungen werden international gehandelt, der Austausch ist damit doppelt so intensiv wie zu Beginn des 20. Jahrhunderts, und er wächst weiterhin um neun Prozent pro Jahr, zweimal so schnell wie die weltweite Wirtschaftsleistung. Das gigantische Handelsvolumen organisieren rund 77 000 transnationale Unternehmen mit mehr als einer Dreiviertelmillion ausländischer Tochtergesellschaften.¹⁵ Ihre Produktions- und Wertungsketten erstrecken sich über alle Kontinente und erzeugen einen endlosen Strom von Transporten. Allein die Überseehäfen schlagen Jahr für Jahr rund 500 Millionen Container um.¹⁶ Selbst ein einfaches Produkt wie ein Elektrorasierer beruht heutzutage auf Arbeit in bis zu zehn Ländern. Wer immer irgendwo auf der Welt einen Supermarkt oder ein Kaufhaus betritt, um ein Produkt zu erwerben, tritt damit unvermeidlich in Verbindung mit Hunderten, vielleicht Tausenden von Menschen rund um die Erde. Möglich wird das mittels eines weltumspannenden

Logistiknetzes, dessen satellitenüberwachte Liefersysteme fundamental auf Frieden und Stabilität angewiesen sind.

Noch viel enger binden die Kapitalmärkte die Menschheit aneinander. Der Kriegsgegner Norman Angell schrieb einst, die internationalen Finanzbeziehungen seien „untereinander so stark vernetzt und so verwoben mit Handel und Industrie“, dass jeder Versuch, sich diesen Reichtum mit militärischer Gewalt anzueignen, mit dem Verlust eben jenes Reichtums enden werde. Heute wiegt Angells Argument um ein Vielfaches schwerer: Im Jahr 2005 wurden bereits Aktien, Anleihen, Kredite und Unternehmen aller Art im Wert von sechs Billionen Dollar grenzüberschreitend gehandelt, das entsprach mehr als dem doppelten Wert aller in Deutschland pro Jahr produzierten Waren und bereitgestellten Dienstleistungen.¹⁷

Damit fallen die Nationalität der Eigentümer und die nationale Zugehörigkeit ihres Besitzes immer häufiger auseinander. Die Aktien der 30 größten Unternehmen des Deutschen Aktienindex befinden sich im Durchschnitt schon zur Hälfte in ausländischer Hand. Bei Konzernen wie Adidas oder Bayer halten ausländische Anleger sogar mehr als 70 Prozent der Aktien. Gleichzeitig erwirtschaften die Dax-30-Konzerne rund zwei Drittel ihrer Wertschöpfung im Ausland. Insgesamt halten Ausländer in Deutschland einen Kapitalstock von 3,9 Billionen, also 3900 Milliarden Euro. Deutsche Unternehmen und Investoren wiederum verfügen sogar über noch mehr Auslandsbesitz. Allein 685 Milliarden Euro stecken in den Tochtergesellschaften deutscher Unternehmen im Ausland. Daneben halten deutsche Anleger ausländische Aktien, Anleihen und andere Papiere im Wert von mehr als vier Billionen Euro.¹⁸ „Die nationalen Kapitalmärkte entwickeln sich immer stärker zu einem einzigen globalen Kapitalmarkt“, konstatieren die Autoren des McKinsey Global Institute in ihrem Report zur Internationalisierung der Kapitalströme, genauso, wie es ein Jahrhundert zuvor der US-Ökonom Ely diagnostizierte.

All das führt das Denken und Regieren in rein nationalen Kategorien zusehends ad absurdum. Einen großen Krieg gar, der dieses komplexe Geflecht zerreißen würde, könnten sich gerade die reichen Nationen dieser Welt im wahrsten Sinne des Wortes nicht mehr leisten. Müssten etwa die Deutschen ohne den Weltmarkt auskommen und auf ihre Auslandsanlagen verzichten, würde sich ihr Wohlstand mindestens halbieren.

Die alles durchdringende Vernetzung der Wirtschaft geht einher mit der permanenten Revolution der Kommunikationsstrukturen. Die Verschmelzung der Informationsflüsse und Datenbanken, die mehr und mehr Menschheitswissen digitalisiert bereithalten, hat gerade erst

begonnen. Globale Verständigung ist immer weniger ein Privileg der Eliten, sondern wird für jedermann möglich. E-Mails sind praktisch kostenlos, und telefonieren lässt sich von einem Ende der Welt zum anderen schon für 1,7 Cent pro Minute. Neuere Forschungsergebnisse lassen erwarten, dass auch die Sprachbarriere binnen eines Jahrzehnts fallen könnte, weil es möglich wird, mit Computern jede gesprochene und geschriebene Sprache binnen Millisekunden in jede andere Sprache zu übersetzen.¹⁹ Damit wird das Wissen der Menschheit potenziell für jedermann zugänglich. Bildung und Informationen für alle wird über kurz oder lang kein Problem mehr sein – zumindest technisch.

Gleichzeitig ist die Menschheit reich, so reich wie nie zuvor. Die globale Ausdehnung des Kapitalismus hat Produktivkräfte freigesetzt, von denen frühere Generationen nicht mal zu träumen wagten. Im Durchschnitt erzielt jeder Erdenbürger ein Einkommen von rund 10 000 Dollar im Jahr, genug, dass niemand mehr verhungern, verdursten oder mangels medizinischer Grundversorgung sterben müsste. Das heißt, Armut und Verelendung, die wichtigsten Ursachen von Konflikten, könnten beseitigt werden. Oder, wie es Jean Ziegler, der kämpferische Schweizer Soziologe und UN-Beauftragte für das Recht auf Nahrung, ausdrückte: „Zum ersten Mal in der Geschichte der Menschheit ist der objektive Mangel besiegt, und die Utopie des gemeinsamen Glückes wäre materiell möglich.“²⁰

Raumschiffgefühl in den Chefetagen

So hat die Globalisierung zu Beginn des 21. Jahrhunderts eine neue, faszinierende Dimension erreicht, die noch vor einer Generation undenkbar erschien. Alle politischen und wissenschaftlichen Beschreibungen des neuen Weltsystems gipfeln stets in einem Wort: Interdependenz. Die gegenseitige Abhängigkeit aller Staaten und Ökonomien wächst fortwährend an.

Das verursacht allerdings immer komplexere Wechselwirkungen. Da sorgt der wachsende Energiebedarf der Chinesen für steigenden Reichtum der Ölexporteure in Nahost, die damit amerikanische Konzerne kaufen wollen; aber dabei stoßen sie in den USA auf den Widerstand des Parlaments, das sich vor „Arabern“ an Schaltstellen der US-Wirtschaft fürchtet. Da gefährdet eine Krise des amerikanischen Hypothekenmarktes die Altersversorgung der europäischen Arbeitnehmer, weil deren Pensionsfonds und Lebensversicherungen über die Beteiligung an amerikanischen Investmentgesellschaften von der Entwicklung der Immobilienpreise in den USA abhängig sind. Da lässt der globale Erfolg

des Kapitalismus über den Ausstoß von Treibhausgasen den arktischen Eisschild schmelzen und gibt plötzlich ein Stück Erde und dessen Rohstoffe frei, um das sich die Anrainerstaaten streiten wie zu Zeiten des Kolonialismus. Da treibt die vermehrte Nachfrage nach Biotreibstoffen die Preise für Mais und Zuckerrohr in die Höhe und provoziert Proteste gegen steigende Lebensmittelpreise von Mexiko bis Indonesien. Die Liste ließe sich beliebig verlängern.

Diese komplexen Wirkungsketten entfalten eine doppelte, höchst widersprüchliche Konsequenz: Sie erzeugen schwer vorhersehbare Risiken und erzwingen gleichzeitig eine radikale Veränderung der internationalen Politik. Globales Regieren durch Zusammenarbeit über alle Grenzen hinweg wird unverzichtbar. Die vordem nur von Theoretikern diskutierte „globale governance“, die Lösung globaler Probleme durch transnationale Kooperation der Regierungen, verlässt das Reich der Utopie und wird zum ebenso faszinierenden wie beschwerlichen Tagesgeschäft in Regierungskabinetten und Vorstandsetagen.

Die Anzeichen dafür durchziehen längst den politischen Alltag. Die Zahl der multilateralen Abkommen mit häufig mehr als hundert teilnehmenden Staaten wächst stetig an. Allein bei den Vereinten Nationen in New York sind bereits mehr als 2000 solcher Verträge registriert und hinterlegt. Die globale Handelsgesetzgebung, das Vertragswerk der Welthandelsorganisation, umfasst schon gut 10 000 Seiten. Vom Seuchenschutz bis zur Luftfahrt, von der Regulierung des Internets bis zur Bekämpfung von Kriminalität und Terrorismus erfasst das Regieren auf Weltniveau immer weitere Politikfelder und verursacht stetig neue Wechselwirkungen zwischen nationaler und internationaler Politik. Anders als die Debatte über die Krise der Vereinten Nationen suggeriert, nimmt auch die praktische Bedeutung der Weltorganisation stetig zu. Noch nie gab es so viele UN-Truppen im Friedenseinsatz wie heute. Noch nie haben die UN-Organisationen so vielen Menschen Nothilfe geleistet wie in diesem Jahrzehnt.

All das eröffnet die Chance, die Geißeln der Menschheit – Hunger, Vertreibung und Krieg – auf Dauer zu besiegen. Die Pax globalis wäre möglich. Doch so großartig diese Perspektive erscheint, so gewaltig sind die Gefahren, die dem entgegenstehen. Das neue Weltsystem ist extrem instabil:

- Die USA sind nicht nur die wirtschaftliche und militärische Führungsmacht, sondern zugleich in einer Schuldenspirale gefangen, deren Dimension ohne Beispiel ist. Amerikas Bürger verbrauchen in immer größerem Ausmaß weit mehr Produkte und Dienstleistungen, als sie selbst erzeugen und bereitstellen können. Die US-Ökonomie

benötigt täglich zwei Milliarden Dollar Auslandskapital vornehmlich aus China und den Ölexportländern, um den Konsum ihrer Bürger und die Ausgaben ihrer Regierung zu finanzieren. Dieses Ungleichgewicht ist ein Sprengsatz am Fundament der Weltwirtschaft, weil die Kapitalströme abhängig sind von einem anarchischen und störanfälligen Finanzsystem. Dessen Akteure haben sich der staatlichen Kontrolle weitgehend entzogen und trotzen unter Missbrauch ihrer wirtschaftlichen Macht allen Versuchen der Regulierung. Trotz zahlreicher Warnungen der Experten aus Zentralbanken und Aufsichtsbehörden bauen unregulierte Investmentgesellschaften inner- und außerhalb des Bankensystems immer größere spekulative Blasen auf, deren Platzen das ganze System zum Zusammenbruch bringen kann. Wenn es nicht gelingt, diesen Gefahrenherd zu entschärfen, kann daraus eine internationale Wirtschaftskrise erwachsen, die noch weit mehr Menschen in die Not treiben würde als die „große Depression“ der 30er Jahre des 20. Jahrhunderts.

- Weil die Atommächte an ihren Nuklearwaffenarsenalen festhalten, zerfällt das alte Regime gegen die Nichtweiterverbreitung von Atomwaffen. Die nukleare Aufrüstung der aufrückenden Schwellenländer Iran, Ägypten, Nigeria, Saudi-Arabien, Indonesien und Brasilien scheint nur noch eine Frage der Zeit. Erneut hat ein Wettlauf zur Auflage von zivilen Kernenergieprogrammen begonnen, mit denen diesen Bestrebungen Legitimation verschafft werden soll. Damit wird sich die Verfügbarkeit von spaltbarem Material vervielfachen, und so steigt die Gefahr, dass Massenvernichtungswaffen in die Hand von nichtstaatlichen Akteuren fallen. Um dies zu verhindern, bedarf es einer weltweiten Bewegung für die nukleare Abrüstung und gegen die global wieder zunehmende Propaganda von der feindlichen Atomkraft.
- Der Lebensstil der zurzeit rund 1,7 Milliarden Menschen umfassenden weltweiten Verbraucherklasse ist das Modell für den Rest der Menschheit. Die Sehnsucht danach ist treibende Kraft der derzeitigen Form der Globalisierung, aber ebendieser Lebensstil ist nicht globalisierbar. Die alte Verheißung „wie im Westen, so auf Erden“, an die Völker in aller Welt glauben, wird sich unter den heutigen Bedingungen niemals erfüllen. Die ökologische Tragfähigkeit des Planeten wird schon längst überbeansprucht. Solange ein Viertel der Menschheit drei Viertel der verfügbaren Ressourcen verbraucht, zwingt dies den übrigen viereinhalb Milliarden Menschen eine Form von globaler Apartheid auf. Das erzeugt zwangsläufig nicht nur immer größere Wanderungsbewegungen (wie derzeit von West- und Nordafrika nach Spanien und

Italien), sondern heizt zugleich den Wettkampf um den Zugang zu Öl, Süßwasser und fruchtbaren Böden ständig an. Die Ressourcen sind endlich, die Ölförderung wird sogar binnen Kurzem nur noch abnehmen. Unvermeidlich müssen die Wohlstandsländer einen neuen, nachhaltigen Lebensstil entwickeln, wenn sie ihren Frieden erhalten wollen.

- Der bereits in Gang gesetzte Klimawandel ist das Zeichen an der Wand. Er bündelt alle Folgen des ausgreifenden Lebensstils, die mit dem noch immer steigenden Verbrauch fossiler Brennstoffe einhergehen. Jedes Jahr beraubt die Erwärmung der Erdatmosphäre mehr Menschen ihrer Lebensgrundlagen, dem Zugang zu Ackerboden und Wasser. Bis zur Mitte des Jahrhunderts drohen einer halben Milliarde Menschen Hunger und Durst, Überflutung und Dürre und damit Vertreibung aus ihrer Heimat. Darum müssen die Emissionen von Treibhausgasen binnen zehn Jahren weltweit stabilisiert und anschließend jährlich um mindestens fünf Prozent gesenkt werden, wenn Völkerwanderungen und globale Destabilisierung verhindert werden sollen. Eine gigantische Aufgabe. Nicht zuletzt wegen des brisanten Gerechtigkeitsproblems, das zu bewältigen ist: Von den Folgen des Klimawandels sind gerade jene armen Länder am stärksten betroffen, die ihn nicht verursacht haben; umso dringlicher sind die Verursacher in den Industrieländern gefordert. Lösungen für das Klimaproblem konfrontieren zudem mit einem scheinbaren Paradox: Ein Teil der Wirtschaft, vor allem die Energie- und Agrarproduktion, muss wieder stärker an die jeweils ganz verschiedenen ökologischen Bedingungen angepasst, also in der Region verwurzelt werden – aber auch das in globalem politischen und wissenschaftlichen Austausch.

Die Menschheit steht am Scheideweg. Die Alternativen lauten: globale Kooperation oder globalisierte Katastrophen. Und nach heutigem Wissensstand bleiben nur zehn, vielleicht gerade noch 15 Jahre, um die entscheidenden Weichen zu stellen. Die gute Nachricht ist: Für alle genannten Probleme gibt es machbare Lösungen, und längst arbeiten Zigtausende Politiker, Wissenschaftler, Unternehmer und Aktivisten rund um den Planeten an deren Umsetzung. Kapitalanleger sichten ihre Portfolios zulasten von klimaschädlichen Unternehmen um, investieren ihr Geld lieber in die zukunftssträchtige Erzeugung sauberer Energien. Großkonzerne wie Coca-Cola und Hewlett-Packard arbeiten mit Aktivisten zusammen, um Wasserressourcen zu schützen oder Afrikas Armen mit Einfachcomputern einen bezahlbaren Zugang zum Internet zu verschaffen. Amerikas Superreiche und

Prominente von Bill Gates bis Bill Clinton liefern sich mit milliardenschweren Spenden und Stiftungen einen Wettstreit um das beste Projekt zur Weltrettung, und die Europäische Union fällt revolutionäre Beschlüsse zur Reform der Energieversorgung.

Auch wenn vieles davon noch unausgereift ist oder eher der PR als dem Fortschritt dient, so ist das Signal doch unübersehbar: Ein globales Umdenken hat eingesetzt, das weit über die seit Langem aktiven Basisorganisationen wie Attac, Greenpeace oder den WWF hinausgeht. Einer stetig wachsenden Zahl von Menschen wird klar, dass kein Land der Welt für sich allein mit den heraufziehenden Krisen fertig werden kann, selbst die mächtigsten (USA) nicht und auch nicht die bevölkerungsstärksten (China, Indien). Wer immer nationale oder militärische Auswege propagiert, verfolgt irrationale Scheinlösungen. Selbst wenn die Verantwortlichen bereit wären, viele hundert Millionen Opfer in Kauf zu nehmen, sie könnten sich selbst und ihre Nationen nicht vor den Konsequenzen schützen. So birgt gerade der Klimawandel neben der großen Gefahr auch eine große Chance: Er könnte der Motor werden, der die Regierungen und ihre Völker lehrt, über den nationalen Schatten zu springen und gemeinsame Lösungen für globale Probleme zu finden.

Doch auf dem Weg zur globalen Kooperation – und das ist die schlechte Nachricht – baut sich eine Gefahr auf, die täglich brisanter wird: die wachsende Spaltung zwischen Gewinnern und Verlierern. Jahrzehntlang haben die Regierungen der westlichen Wohlstandsnationen die globale Integration vornehmlich durch bloße Liberalisierung des Wirtschaftsgeschehens vorangetrieben. Unter dem Druck der gut organisierten wirtschaftlichen Eliten wurde der Glaube an die Selbstregulierung der Märkte zur Staatsideologie von Washington bis Tokio, und die Politik manövrierte sich in die Globalisierungsfalle. Unternehmen und Kapitalverwalter wuchsen zu weltweit agierenden Mächten heran, während die Politik im nationalen Korsett gefangen blieb. Vernachlässigt wurden der Aufbau demokratisch kontrollierter Institutionen und die Aushandlung von Verträgen, die es erlauben würden, die Früchte der Globalisierung zum Nutzen aller einzusetzen. Alle globalen Institutionen, vom Internationalen Währungsfonds bis zur UNO, blieben elitäre Veranstaltungen von Regierungsbürokraten, die sich um die Interessen der Mehrheit nicht zu kümmern brauchten und keinem Parlament Rechenschaft schuldeten. Darum können Konzerne und ihre Organisationen die jeweils nationalen Regierungen gegeneinander ausspielen, sodass die Politik zusehends zur bloßen Bedienung von Kapitalinteressen verkommt. Der globale

Wettbewerb um Investoren hat einen Wettlauf um die niedrigsten Steuern auf Kapitalerträge und die niedrigsten Löhne für die Arbeitnehmer erzeugt.

Das Ergebnis ist eine bizarre Ungleichverteilung von Einkommen und Kapital, die täglich zunimmt. Die Schere zwischen Kapitalgewinnen und Lohneinkommen öffnet sich seit gut 20 Jahren. Mittlerweile verfügt ein Prozent der Menschheit über 40 Prozent des gesamten Anlagevermögens, während immer größere Teile der Bevölkerung mit schrumpfenden Löhnen und wachsender Unsicherheit leben müssen. Das kann nicht gut gehen. Wer sich von Ausgrenzung bedroht sieht, trachtet seinerseits nach Ausgrenzung der noch Schwächeren und der Fremden. Darum treibt die Angst vor dem Abstieg und der Mangel an Perspektiven Heilsbringern und Radikalen immer mehr Anhänger zu und lädt die Politik allerorts mit Irrationalität und Populismus auf. Von den Islamisten des Mittleren Ostens und Südasiens über Amerikas christliche Fundamentalisten und Protektionisten bis zu Europas Neonazis und Rechtspopulisten formiert sich weltweit eine Gegenbewegung zur globalen Integration. Fremdenfurcht, Rassismus und die Sehnsucht nach nationaler oder regionaler Abschottung gegen die Aufsteiger des Südens wachsen an. Parallel dazu reagieren immer mehr Regierungen auf die neue antiglobalistische Stimmung mit geostrategischen Plänen zur militärischen Sicherung einer eigenen Ressourcenbasis.

Zu Beginn des 20. Jahrhunderts waren Staaten und Regierungen noch zu stark und standen einer friedlichen Ausdehnung der Marktwirtschaft entgegen. Die Globalisierung, das legen die historischen Studien nahe, scheiterte an den „vorkapitalistischen Elementen“, die auf Eroberung und Nationalismus setzten. Heute ist es umgekehrt: Staaten und Regierungen sind zu schwach, um den rasenden Triumph von Markt und Kapital so zu regulieren, dass die gigantischen Erfolge der globalen Arbeitsteilung nicht nur einer kleinen Minderheit, sondern der ganzen Menschheit zugutekommen.

1. Kapitel Globalisiert in den Abgrund

¹ Zitiert nach Niall Ferguson, Sinking Globalization, in: Foreign Affairs, März/April 2005

² Richard Ely, Studies in the Evolution of the Industrial Society, New York 1903, S. 68 f.

³ Kevin H. O'Rourke, Jeffrey G. Williamson, Globalization and History, Cambridge, MA, 1999, S. 2

⁴ Peter Hertner, German Multinational Enterprise before 1914: Some Case Studies, in: Peter Hertner, Geoffrey Jones, Multinationals. Theory and history; Adelshot (Gower) 1986, S. 113 ff.

⁵ Hugo Ott, Hermann Schäfer (Hrsg.), Wirtschafts-Ploetz. Die Wirtschaftsgeschichte zum Nachschlagen, Würzburg 1984, S. 409 ff.

⁶ Herbert Giersch, Das mobile Kapital erzieht die Wirtschaftspolitik zur Verantwortung, Handelsblatt, 31. August 1998

⁷ Norman Angell, The Great Illusion (1910), Nachdruck: North Stratford, New Hampshire, 2006

⁸ Zitiert nach Joachim Radkau, Das Zeitalter der Nervosität, München 1998

⁹ Werner Abelshauser, Die BASF. Von 1865 bis zur Gegenwart. Geschichte eines Unternehmens, München 2002, S. 168

¹⁰ Radkau, a.a.O.

¹¹ Joseph A. Schumpeter, Zur Soziologie der Imperialismen, in: Archiv für Sozialwissenschaft und Sozialpolitik, Bd. 46 (1918/1919), S. 309 ff.

¹² Zitiert nach Angaben von Prof. Werner Abelshauser, Universität Bielefeld

¹³ Ludwig Pohle, Deutschland am Scheidewege: Betrachtungen über die gegenwärtige volkswirtschaftliche Verfassung und die zukünftige Handelspolitik Deutschlands, Leipzig 1902, S. 126-130

¹⁴ Norman Angell, The Great Illusion, a.a.O.

¹⁵ UNCTAD, World Investment Report 2006, Genf, S. 5

¹⁶ Daten aus „Cargo Cults“, The Economist, 15. Juni 2006

¹⁷ McKinsey Global Institute, Mapping the Global Capital Market, Januar 2007

¹⁸ Bundesbank, Das deutsche Auslandsvermögen Ende 2006, Pressenotiz 26, September 2007

¹⁹ Harald Schumann, Bye, Bye, Babel, Tagesspiegel, 2. Dezember 2006

²⁰ Jean Ziegler im Interview mit der Germanwatch-Zeitung, Nr. 4, 2005

Prijevod s hrvatskog na njemački jezik
Übersetzung aus dem Kroatischen ins Deutsche

Miliša, Zlatko; Tolić, Mirela; Vertovšek, Nenad (2009): *Mediji i mladi. Prevencija ovisnosti o medijskoj manipulaciji*. Zagreb: Sveučilišna knjižara. Str. 13-31.

2. MEDIEN ALS MANIPULATOREN **(Z. MILIŠA, N. VERTOVŠEK)**

2.1. EINLEITENDE ANMERKUNGEN

Die heutige Informationsgesellschaft trägt nicht nur zur „Wissensgesellschaft“, sondern auch zu den Problemen bei der Erziehung und Bildung bei wie z.B. der Expansion der Werte, die auf das hedonistische oder müßiggängerische Lebenskonzept ausgerichtet sind. Zeitgenössische Medientheoretiker verweisen auf das Problem, dass das Angebot an unterhaltenden Inhalten in der Presse, im Radio, Fernsehen, Internet größer ist als an informativen, bildenden oder wissenschaftlichen Inhalten. Die Situation verschlechtert sich, weil die Medien immer mehr die Bedürfnisse aller Bevölkerungsgruppen, besonders die der jungen Menschen manipulieren (Miliša 2006). Der Markt übt Druck auf die Medien aus, (ständig) neue Produkte zu proklamieren. Die jungen Menschen haben es auf der einen Seite schwer damit, sich auf immer kompliziertere soziale Verhältnisse und deren Beherrschen zu konzentrieren. Auf der anderen Seite aber haben sie im Unterschied zu den Generationen vor ihnen die Möglichkeit, sich besser zu informieren, zu kommunizieren, gesellschaftlich mobil zu sein usw.

Die moderne Gesellschaft ist durch eine fortgeschrittene Informations- und Kommunikationstechnologie gekennzeichnet, die unabsehbare Möglichkeiten einer noch wirksameren Zusammenarbeit zwischen Schülern und Lehrern sowie des Zugriffs zu Informationen, des lebenslangen Lernens usw. eröffnet. Mit dem technologischen Fortschritt (Computer, Internet, Globalisierung der Nachrichtenverbreitung...) wird es möglich, die Informationen aus den Medien und die pädagogischen Implikationen der Fernbildung - das sog. E-Learning zugänglich zu machen. „Die Medien widerspiegeln und formen die Verhältnisse und die Entwicklung einer Gesellschaft... und die negativsten Folgen ergeben sich aus der Boulevardisierung der Medien“ (Bauer 2007, 14-18).

Die Medien werden immer mehr zum Hauptagens in der Sozialisierung der jungen Generation. Besonders wichtig ist es zu erforschen, welche Werte sie vermitteln. Hinsichtlich der Tatsache, dass die Werte ein Verhaltensparadigma darstellen, sind diese auch in den Analysen der Medieninhalte wichtig, die starke Symbole und Botschaften, jedoch nicht Normen und Ideologien (von denen sich die jungen Menschen verständlicherweise fernhalten)

verbreiten. Durch die Werte, die sie verbreiten, lenken die Medien das Handeln der jungen Menschen. Sie beeinflussen nicht nur die Stellungnahmen zu relevanten gesellschaftlichen Problemen, sondern fördern auch die Qualität der Kommunikation.

Außer den informativen und bildenden Inhalten befinden sich die unterhaltenden Inhalte oft an der Grenze zum Sensationalismus oder dienen gerade zur Indoktrinierung und/oder der Manipulation¹. Das ist die Kehrseite der Medien, von der in diesem Werk am meisten die Rede sein wird.

Am Anfang des Buches *Die Fischer der menschlichen Seelen*[•] (*Ribari ljudskih duša*) führt der Autor Đuro Šušnjić sieben wichtige Fakten an, die in der Medienerziehung wichtig sind (Šušnjić 2004, 19).

*Das Kind merkt sich auch das, was es nicht versteht
und es wiederholt unbewusst das, was es nicht versteht,
es lernt, auch wenn es sich dessen nicht bewusst ist,
sein Verhalten wird auch durch unbewusste Faktoren kontrolliert,
es eignet sich Botschaften an, noch bevor es im Stande ist,
diese empirisch zu überprüfen,
das Kind ist sich nicht des Unbewussten bewusst,
die unbewusst erlernten Inhalte treten in bestimmten Zuständen (im Traum) in den
Vordergrund.*

Die Aufgabe der Medienpädagogik ist es, Botschaften zu decodieren: Denn die wichtigste Aufgabe der Medien ist es, Botschaften zu senden. Martinić erarbeitete sechs Funktionen der Massenmedien: die informationelle (die Entstehung und das Sammeln von Nachrichten), die selektive (die Wahl und Erklärung der empfangenen Informationen), die erläuternde (die Verwendung von Inhalten zur Bildung von kohärenten Vorstellungen), die pädagogische (das Weitergeben von Wissen und kulturellen Werten), die unterhaltende (Erholung, Entspannung,

¹ Das Wort Manipulation kommt aus dem Lateinischen; „manus“ – Hand und „pulare“ - ziehen. Wie auch bei der Muße hatte die Manipulation eine positive Konnotation, weil sie sich auf die Bearbeitung eines Gegenstandes mit geschickten Händen bezog. Heute bezeichnet dieser Begriff eine perfide Art und Weise, Meinungen zu kaufen und die Menschen in der Selbstrealisation der altruistischen Werte zu entmutigen. So wie „praxis“ im Altgriechischen eine schöpferische Handlung bezeichnete, so bezeichnet die Praxis heute eine dem Menschen fremde routinierte und wiederholende Handlung. Alle diese Begriffe haben ihre ursprüngliche Bedeutung verloren.

• Anm. d. Ü. : Inoffizielle Übersetzung des Buches *Ribari ljudskih duša*

Unterhaltung) und die ästhetische Funktion (die Entstehung von spezifischen medialen ästhetischen Formen) (Martinić 1994, 72-73). Die manipulative Funktion wurde ausgelassen.

Die Kommerzialisierung der Muße durch die Medien führt zu verheerenden Folgen für die Erziehung, besonders bei der jungen Generation. Die Muße wird zu einem immer beliebteren Entspannungstrend bei der jungen Generation. Das entspricht den Ergebnissen der Forschungen von Dr. Vlasta Ilišin, die sie unter 1000 Teenagern durchführte (Ilišin und Mitarbeiter 2001). Sie zeigen, dass die Muße der Kinder am stärksten durch die Inhalte der Massenkultur geprägt ist, weil die Kinder in ihrer Freizeit am meisten vor dem Fernseher sitzen (Ilišin 2001, 151). Die elektronischen Medien (mit bestimmten Inhalten und/oder Sendungen) werden zu einer höchst entwickelten Form der Manipulation von jungen Menschen und machen sie (nicht) direkt abhängig von unterschiedlichen Sachen, weil sie die Befreiung von der Arbeit durch die Muße² und das Verschwinden von jedem Aspekt der (Selbst)verantwortung fördern.

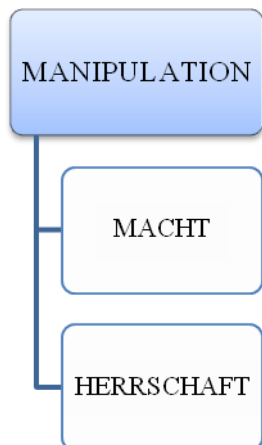
Durch den Prozess des Übergangs in eine pluralistische Gesellschaft bekommen die Medien eigentlich eine neue Rolle zugeteilt, sie sollen nämlich alle Gesellschaftsgruppen informieren und bilden. Auf der anderen Seite werden durch die Medien neue Bedürfnisse der Jugendlichen geformt und ihnen die Innovationen und neue Kommunikationsformen nähergebracht.

Die jungen Menschen nehmen neue Technologien und erwähnte Veränderungen leicht an. Außerdem zeigen viele Sendungen, Erfindungen in der Welt der Internet-Kommunikation, dass die Jugendlichen die neuen Medien und das Leben in der und mit der „*virtual reality*“ immer häufiger mitgestalten (Thomas 1999, 2006). Kinder, die im Fernsehen nicht all das sehen, was den Erwachsenen erlaubt ist, oder „die nicht auf den Seiten surfen, auf denen auch andere surfen, fühlen, dass ihnen etwas verweigert wird... dass sie als minderwertig perzipiert werden“ (Bauer 2007, 104). Daher rührt die starke (potenziell) erzieherische und manipulative Macht der Medien. Die Medien verdrängen immer mehr die Schule, die Familie

² Die Muße wird heutzutage immer mehr zu einer Art Unterhaltung, aber durch eine Art Flucht vor der organisierten Arbeit, an der der Mensch immer weniger teilnimmt oder selbstständig über deren Nutzung bestimmt. Die Muße hat sich von der früheren Auffassung des kreativen Ausdrucks in der Freizeit entfernt (Misliša 2006). Die Muße wird immer mehr zu einem erkennbaren konsumeristischen Verhaltensstil, besonders bei den Jugendlichen. Sie setzt ein passives Verhalten gegenüber den angebotenen Inhalten voraus. Ist nicht eines der Probleme der Jugendlichen, über das viel gesprochen, aber wenig geschrieben und erforscht wird – das Übermaß an Langeweile und der Mangel an Ehrgeiz? Welche sind die Folgen dessen!?

usw. aus dem Sozialisierungsprozess und beeinflussen auf diese Weise die gesamte Bildung der Werte und Verhaltensweisen der jungen Generation (Miliša 2006, 26).

Noam Chomsky hat als einer der Ersten über die Medien im System der Indoktrinierung der Jugend und *die Folgen, die entstehen*, wenn sich die Jugendlichen in die Privatsphäre zurückziehen, öffentlich gesprochen (Chomsky 2002). Wenn man das Ziel des Manipulators aufdeckt, dann bedeutet das, dass man denjenigen enttarnt, der die *Gedankenkontrolle* entfacht – die Medieneigentümer, die Rolle der Werbung und der Medienpropaganda oder der Werte, die sie propagieren. Die Manipulation kann als kontrollierter Vorgang gesehen werden, in dem der Manipulator durch den Gebrauch von symbolischen Mitteln über Kommunikationsmittel unter den für ihn günstigen psychosozialen Umständen bestimmte Botschaften an die Masse vermittelt. Er will dabei die Meinungen, Ansichten und das Verhalten einer großen Zahl von Menschen beeinflussen. Sie würden dadurch bei Angelegenheiten, bei denen es keinen allgemeinen Konsens gibt, an denen sie aber großes Interesse haben, die Meinungen, Ansichten und Werte des Manipulators unbewusst annehmen (Šušnjić 1990, 29). Um die junge Bevölkerung möglichst wirkungsvoll unter Kontrolle zu halten, muss man ihre Gedanken kontrollieren. Denn auf Gedanken folgen möglicherweise Taten und deshalb ist es erforderlich, diese im Griff zu behalten. Theunert, H. (2006) erklärt in ihrem Buch *Gewalt in den Medien – Gewalt in der Realität* den Begriff Manipulation auf folgende Weise: „Der Medienmanipulator ist auf die Macht und das Herrschen über das Individuum ausgerichtet, um seine Interessen in eine andere Richtung zu lenken... Die Art und Weise, wie die Macht (auf das Individuum) ausgeübt wird, bestimmt die Effizienz der Anwendung des Mediums auf das Individuum. Die Herrschaft ist „der eingeübte Gebrauch von Macht“. So zeigt Theunert die Symbiose zwischen Indoktrinierung und Manipulation. Die Indoktrinierung sieht sie als eine Form der manipulativen Macht selbst, weil das eine ohne das andere nicht existieren kann. Der Charakter der Macht bezieht sich auf den Autoritarismus = Manipulation. Die Macht ist das wichtigste Mittel der Manipulation (Theunert 2006, 63).



(Theunert 2006, 64)

Die meisten Medien in Kroatien handeln nach dem gleichen Prinzip wie auch die globalen Medien. Der Markt, die Einnahmen, die Leser-, Zuschauer- und Zuhörerzahl... das sind die Hauptkriterien, mit denen sie nicht ihre Qualität unter Beweis stellen, sondern die Tatsache rechtfertigen, dass sie den Werbeagenturen einen Teil ihres Medienraums zum Verkauf von Werbungen überlassen. Die Werbemacher lenken die Medien. In den meisten Fällen. „Der Erfolg auf dem Markt wird zum absoluten Qualitätskriterium“ (Malović 2007, 13). Die sechs meistverkauften kroatischen Tageszeitungen befinden sich im Eigentum von zwei Verlagshäusern, wobei beide ein Teil der internationalen globalen Medienhäuser sind (Malović 2007). Unter den großen Mediengesellschaften, die auf der kroatischen Szene am stärksten präsent sind, befinden sich die WAZ (ein deutscher Konzern, der die kroatischen Zeitungen *Jutarnji list* und *Slobodna Dalmacija* besitzt), dann noch Styria, RTL, Sanoma (Malović 2007).

2.2. DIE JUNGEN MENSCHEN FRAGEN (TROTZDEM): WER HERRSCHT ÜBER DIE MEDIEN?

Es ist ziemlich interessant, wie die Teilnehmer an Workshops für junge Journalisten die Frage der Eigentümer in der Medienwelt wahrnehmen. Auf die Frage, wie viele informative Medien es gibt, sprechen sie hauptsächlich von „hundert“ oder „Hunderten“, darunter verstehen sie alles, von den Tages- und Monatszeitungen und den gelegentlich erscheinenden Magazinen bis hin zu lokalen Radio- und Fernsehsendern. Auf die Fragen, wie viele mögliche Medieneigentümer es gibt, nennen sie etwas niedrigere Zahlen, wobei die Antworten, die der

richtigen Antwort am nächsten kommen, „im zweistelligen Bereich“ liegen. Letztendlich können sie sich nicht genug darüber wundern, dass es gerademal zwei große Verlagshäuser gibt – die WAZ und die Styria, die mehr als 90 Prozent des Marktes abdecken.

Besonders verblüffend finden sie die Tatsache, dass die Chefs eigentlich ausländische Eigentümer sind. Das führt zu Fragen wie: „Wie ist es möglich, dass es eigentlich keine kroatischen Medien gibt?“ oder „Warum lässt man zu, dass die Medien auch weiterhin durch ausländische Eigentümer gekauft werden?“ In der Diskussion wird dann gewöhnlich über das Eigentum im Bankwesen, im Telekommunikationssektor usw. gesprochen.

Allgemein wird festgestellt, dass die Jugendlichen nicht wissen, inwieweit die Eigentümerstruktur auf die Medien Einfluss nehmen kann.

Das Gespräch über die Medienperspektiven in Kroatien und die möglichen Trends neben der Boulevardpresse muss unbedingt mit der Frage über die wahren Medieneigentümer beginnen. Daraufhin folgen dann immer die Ursachen für das Verschwinden der kroatischen Banken oder der Telekommunikationsfirmen. In all diesen Gesprächen stellt man die logische Frage, in welchem Maße die Erwachsenen überhaupt dafür Interesse zeigen oder das kritischer betrachten als die Jugendlichen. Durch diese Analysen ermöglichen wir einen kritischen Zugang zu den gesellschaftlichen Deviationen.

Der korporative Journalismus fordert in den kroatischen Medien immer mehr „Opfer“, wobei die Jugendlichen (und Erwachsenen) keine Möglichkeit haben, sich mit dieser „Krankheit“ bekannt zu machen und zu erfahren, wie man ihr vorbeugen kann. Der Eintritt von großen Werbemachern und multinationalen Unternehmen in den Medienbereich, die neben Produkten auch ihre Manipulationsspiele mitbringen, geschieht immer schneller und es gibt praktisch nichts, was dies – die Ausbreitung der manipulativen Inhalte und Techniken – zumindest verlangsamen, verringern würde oder die Mächtigen ermahnen würde, wenigstens einen Teil der Regeln und Kriterien, die sie auch in den eigenen Ländern befolgen, zu beachten. In Kroatien stammt auch der Großteil der Unterhaltungssendungen aus dem Ausland, woraus man darauf schließen kann, dass „man dem unbarmherzigen Medien- und Kulturimperialismus ausgesetzt ist“ (Malović, S. 2007, 66).

Wie auch immer diese (konzisen) Botschaften der jungen Menschen klingen mögen, sie werden, allem Anschein nach, auf mildere oder schärfere Ironie der „heimischen Medienfüchse“ stoßen. Sie möchten uns einreden, dass die guten und schlechten Seiten der (Medien)globalisierung eigentlich gleich sind und dass es keinen Sinn macht, sich dem zu widersetzen. Am einfachsten ist es, jemanden als „von provinzieller Panik erfasst“

darzustellen. Das kann man zum Glück leicht mit Hilfe von schlechter gebildeten Journalisten bzw. skrupelloseren Eigentümern überwinden.

Durch die unterhaltenden Inhalte fördert der Manipulator die Kommerzialisierung des Lebens und aller Werte... (Miliša, Zloković 2008, 57). Die Formel „Sex, Sensation und Skandal“ garantiert den Erfolg. S. Cohen zeigt in seiner Studie, dass die Art und Weise, wie ein bestimmtes (deviantes) Ereignis in den Medien dargestellt wird, bei der Mehrheit „eine ganz bestimmte Vorstellung über dieses Ereignis oder diese Devianz“ erzeugen wird (Cohen 1980, 30). Gerade Cohen hat noch in den 70er Jahren darauf aufmerksam gemacht, dass die Medien nicht nur informative Inhalte anbieten, sondern auch immer mehr die Inhalte manipulieren, indem sie die Ereignisse übersteigert darstellen oder die Tatsachen verdrehen.

Die Redakteure und Medieneigentümer treffen eine erste Auswahl, wenn sie selbstständig darüber entscheiden, was einen Nachrichtenwert haben sollte. Deshalb warnt Cohen in derselben Studie: „Die Menschen auf BBC, die jeden Abend vor Millionen von Zuhörern und Zuschauern die Gewalt, die Gier, die Ziellosigkeit und den Zynismus anheizen, müssen ihre Verantwortlichkeit erwägen“ (Cohen 1980, 160). Nach seiner Meinung ist das Schlimmste, wenn man die Befreiung von der Arbeit durch Muße, Gewalt, Hedonismus usw. glorifiziert (Cohen 1980, 192).

In Kroatien wurde ein ausgezeichnetes Buch der englischen Ärztin K. Taylor[•] unter dem Titel *Gehirnwäsche*[•] (*Ispiranje mozga*) (2006) übersetzt. Ihre Hauptthese lautet, dass derjenige, der die Gehirnwäsche durchführt, ein Monopol auf die Wahrheit hat“ (Taylor 2006, 100). Noch aus der Zeit des sozialistischen Realismus ist Lenins Aussage haften geblieben: „Die Religion ist das Opium für das Volk“. Nichts darf heilig sein. Alles ist profan und kann leicht verändert und abgeworfen werden. Das sind indoktrinierte „pädagogische Ideen“, die Stalin bis zum Äußersten getrieben hat.

Das Hauptziel des Manipulators ist die Zerstörung jeglicher Form der Vernünftigkeit im Namen der Unmittelbarkeit, der Spontanität, der Behaglichkeit... Anstatt der kreativen Freizeitgestaltung bietet der Manipulator die Muße, die Durchschnittlichkeit, wobei die Banalität zur Tugend erhoben wird. Schule, Arbeit, Aufgaben werden als eine Art Käfig, aus dem man sich befreien muss, als eine Art Barriere für die Geistesfreiheit, als Hindernis, dass

• Anm. d. Ü.: Im Originaltext steht der Name F. Teylor, jedoch ist den Autoren ein Fehler unterlaufen, denn sie heißt Kathleen Taylor

• Anm. d. Ü.: Inoffizielle Übersetzung des Buches *Brainwashing*

man abwerfen muss, betrachtet. Das führt zu einer durchdachten Ironisierung aller existierenden Dinge. Das Traditionelle wird als konservativ und das Konservative als unerwünscht dargestellt.

2.3. WENN DIE FIKTION DIE REALITÄT BESIEGT

Die Möglichkeit, Menschen durch Fiktion zu manipulieren, beruht auf der Tatsache, dass die Menschen ohne Utopie „Gefangene dessen sind, was sie als Realität sehen“ (Bauer 2007, 121). Das Fernsehen und die sog. „neuen Medien“ schaffen immer häufiger eine parallele Wirklichkeit, eine virtuelle Realität und beweisen, dass die Utopie eine projizierte Illusion ist. Die Manipulatoren nutzen das Unterbewusstsein unserer Persönlichkeit aus und deshalb haben die Medien eine besondere Macht bei der Schaffung der virtuellen Realität, wodurch das Bild der realen Welt im Unterschied zur Welt der Illusionen verloren geht... (Miliša 2006,7).

Die Medien des 21. Jahrhunderts begeben sich also in einen neuen Bereich: der *erfundenen Realität (virtual reality)*. Sie ist mehr als Fiktion und noch mehr als Fakten, aber sie umfasst Fiktion und Wirklichkeit. Alle wichtigen Umstände sind erfunden: Eine Gruppe von Menschen wird in eine Situation gesteckt, die keinen Bezug zur Realität hat. Alles andere ist real – die Menschen und ihre Beziehungen. Deshalb haben nach der Meinung von Malović die auf der Fiktion beruhenden Medien angefangen, die auf den Fakten beruhenden Medien immer mehr zu beeinflussen. Denn eine „erfundene Geschichte ist weitaus interessanter und spannender als ein Zeitungsbericht“ (Malović 2007, 12). Auf welche Weise decken die Medienmanipulationen die gesellschaftlichen Deformationen auf?

Die erfundene Wirklichkeit beeinflusst wie ein Bumerang auch die Medien oder ihre Bereiche, die sich mit Tatsachen beschäftigen, sodass die wirklichen Ereignisse als erfundene Wirklichkeit dargestellt werden. Die Nachricht über die Gewalt in einer Familie begleiten fiktive Bilder: irgendwelche Silhouetten, sodass sie nicht erkannt werden können, schlagen ihre Frauen oder Kinder, täuschen Morde oder etwas Ähnliches vor.³ Serien wie Rekonstruktion (Rekonstrukcija), Nova TV deckt auf (Provjereno), Krimi Team-Gerechtigkeit im Einsatz (KT-Pravda na zadatku) basieren auf gespielten Sequenzen von wirklichen Ereignissen. So kommt es zur Vermischung von Fiktion und Wirklichkeit, wobei die erfundene Wirklichkeit zum Kriterium und Maßstab für die wirklichen Werte wird⁴.

Sprichwörtlich heißt es: Nur schlechte Nachrichten sind eine Veröffentlichung wert (Malović 2007, 11). Heutzutage gewinnt derjenige, der (radikale) Emotionen und Bilder erregt und sie gleichzeitig auch kontrolliert, gerade indem er die Emotionen dem gesunden Menschenverstand vorzieht. Darin kann man Ursachen für die heutige gesellschaftliche und menschliche Pathologie suchen. Beim Mediennutzer werden Gefühle hervorgerufen, die ihn dazu bringen, sich persönlich mit den Geschichten, die er liest, schaut und hört, zu identifizieren. Um das zu bestätigen, knüpfen wir an Lippmann[•] an, der dies auf folgende Weise erklärt: „Die Nachrichten, die einer Person nicht die Möglichkeit bieten, sich in das geschilderte Drama hineinzusetzen, können mit keinem großen Publikum rechnen. Das Publikum muss sich mit den Nachrichten identifizieren können, wie es sich mit einem Drama persönlich identifiziert. Die Macht der Meinungsbildung beruht auf der Kombination von diesen zwei Elementen“ (Lippmann 1995, 254). Deswegen kann sich eine gute Nachricht nur schwer auf dem Markt durchsetzen, sollte es ihr aber trotzdem gelingen, wird ihr kaum eine Bedeutung zugeschrieben.

2.4. NUR SCHLECHTE NACHRICHTEN SIND GUTE NACHRICHTEN

Langjährige Erfahrungen in der Arbeit mit unseren Teilnehmern an Seminaren, Workshops, runden Tischen und öffentlichen Diskussionen zeigen, dass es nicht genügt, den Jugendlichen das kritische Denken beizubringen und die zukünftigen Journalisten oder Schriftsteller zu lehren, wie man Texte schreibt. Deshalb zeigt die Praxis, dass die Gespräche und die Vermittlung der ethischen Prinzipien eines Faches mit dem Erwerb von Fähigkeiten und Regeln für die Ausarbeitung einer Seminararbeit, eines wissenschaftlichen, fachlichen, journalistischen Textes, einer Radio- oder TV-Sendung einhergehen sollen. Am Anfang werden deshalb beispielsweise die Implikationen der allgemeinen Kommerzialisierung angesprochen und danach die neuen Trends und die Boulevardisierung der kroatischen Medien. Der Satz „nur schlechte Nachrichten sind eine Veröffentlichung wert“ ruft viele wertvolle Kommentare der jungen Menschen hervor, die man, ein bisschen ironisch, auch den

³Malović, S.: „Mediji i društvo“, Zagreb, 2007

⁴Malović, S.: „Mediji i društvo“, Zagreb, 2007

• Anm. d. Ü.: Der Autor heißt Walter Lippmann und nicht Lipman

älteren Kollegen in Seminaren für Fortgeschrittene anbieten sollte. Dort, wo die gut angepassten Journalisten die professionellen Prinzipien seit Langem nicht mehr einhalten, weil es „so am besten ist, wenn man seine Arbeit behalten und manchmal einen Preis bekommen möchte“, liefern die – noch unangepassten – jungen Menschen einen Grund zum Optimismus.

Die jungen Journalisten unternehmen oft ihre ersten Schritte als Journalisten in einem Arbeitsumfeld, das nicht anregend ist. Gründe dafür sind das Tempo und die Ansprüche der echten Eigentümer der jeweiligen Medien oder die Ziele der jeweiligen Medien-Manipulatoren. Jedoch ermutigt ein wenig die Tatsache, dass sich die jungen Menschen darum bemühen, sich besser mit ethischen Prinzipien und Regeln dieses Berufes auszurüsten. Natürlich nicht deklarativ, was wiederum eine opportunistische Täuschung der „älteren Journalisten“ oder Professoren ist, denen ein Monolog lieber als ein Dialog ist. Die jungen Menschen reagieren oft mit starker Ablehnung auf alle praktischen Beispiele der Veröffentlichung von expliziten Fotos von Toten, Ermordeten in „spektakulären“ Mordtaten oder Todesopfern in Verkehrsunfällen wie auch auf die detaillierten Berichte über Selbstmörder oder Vergewaltigungsopfer. Außer einem Teil der jungen Menschen, der alles als „Freiheit der Medien“ oder „Unterhaltung“ (was wiederum eine andere Geschichte ist, die mit den Zielen der Medienmanipulation in Verbindung steht) auffasst, sind die jungen Menschen äußerst kritisch und wundern sich darüber, dass es keine rechtlichen oder strafrechtlichen Folgen gibt. Es bleibt die Frage, warum die humanistisch orientierten „Fachleute“, Wissenschaftler, Lehrer, Zuhörer, Zuschauer, Leser nicht mehr kritisch sind. Wann verliert man die Fähigkeit, während des Schreibens, Zuhörens, Zuschauens oder Lesens logisch und einfach nur menschlich und professionell mit den Opfern, deren Familien und der Situation, die in manchen Medien oder Medienbereichen schamlos ausgenutzt wird, mitzufühlen? Wie und wann werden wir zu bloßen Medienvoyeuren?

Das, was in den Medien oft geschieht, ist ein Paradox: Das Opfer wird nämlich zum Verfolger und der Verfolger zum Opfer. Dabei wird das Gezeigte geschickt so dargestellt, dass sich niemand mit dem Opfer solidarisiert, sondern es verurteilt, während die Manipulation durch die Solidarisierung mit dem Gewalttäter, der als Opfer (Mörder, Krimineller...) dargestellt wird, noch verstärkt wird. Niemand fragt sich mehr, warum wir kein Recht mehr auf Privatsphäre und die eigene Intimität haben, sondern alles dem orwellischen Großen Bruder, der alles bewacht und kontrolliert, untergeordnet ist. Daraus folgt die grundlegende Frage: Wie kann man Empathie auf allen Ebenen entwickeln?

Der Westen wird durch die mentalen und physischen Muster von *Big Brother* gekennzeichnet. Außer der erwähnten Sendung fördern auch andere Sendungen bei den kroatischen kommerziellen Fernsehsendern wie *Die Farm*, *Story Supernova*[•] und *Survivor* den Voyeurismus als willkommenen Lebensstil und die Sichtweise, bei der der momentane Erfolg zählt und die fundamentalen Arbeitsgewohnheiten unterdrückt und als unerwünscht betrachtet werden. In einer Sendung wie *Big Brother* gefällt den jungen Menschen die „Sklaverei“ (Taylor 2006, 83). Die Autorin hat Recht, wenn sie feststellt, dass man in einem Meer von Informationen versinkt, besonders die jungen Menschen, die oft nicht in der Lage sind, diese kritisch zu hinterfragen“ (S. 97). Daneben ist die Aufgabe des Manipulators, alles zu bestreiten – zuerst die Autoritäten, die für die Arbeit oder das Wissen stehen: Arzt, Priester, Lehrer... Die Opfer, über die die Medien berichten, sind oft Menschen, die durch die Medien als Opfer dargestellt werden.

2.5. MEDIENGEWALT IN FORM VON REALITYSHOWS

Die hinterlistigste Art der Manipulation von Jugendlichen ist die elektronische über die sog. „Realityshow–Programme“, in denen Selbstsucht, Heuchelei, Nichtstun, Voyeurismus, Erfolg ohne Anstrengung usw. glorifiziert werden. Die Floskeln über die (steigende) Toleranz gegenüber solchen Sendungen dürfen uns nicht täuschen, weil wir dann zu Geiseln der radikalsten Form des moralischen Relativismus werden. Ein Staat, der nicht im Stande ist, die Würde einer Person und das unverletzliche Recht auf Privatsphäre zu gewährleisten, verfügt nicht über ausreichend Argumente, um sich demokratisch nennen zu können.

Die Ergebnisse der neuesten Untersuchungen in Kroatien und den EU-Ländern verweisen auf die alarmierende Tatsache, dass die Jugendlichen genauso viel (manchmal auch mehr) Zeit vor den Bildschirmen verbringen (dem Fernseher, dem Handy und dem Computer) wie in der Schule. Die Zeit, die sie vor den Bildschirmen verbringen, kann als Indikator für eine neue Art von Abhängigkeit, für die Vernachlässigung von Kindern, den Grad der Entfremdung, die Anomie, die Depression usw. angesehen werden. Eine Untersuchung in

• Anm. d. Ü.: Die kroatische Version der amerikanischen Fernsehsendung *American Idol*

Zadar im Mai 2008 unter Schülern der siebten und achten Klassen dreier Grundschulen[•] (N=302) zeigt, dass diese Zeit deutlich überschritten wird. Die gewonnenen Ergebnisse zeigen, dass fast elf Prozent der Schüler täglich mehr als fünf Stunden vor dem Computer verbringen, ein Viertel verbringt mehr als eineinhalb Stunden am Handy und zwölf Prozent sitzen mehr als fünf Stunden vor dem Fernseher. 40 Prozent der Schüler gefällt es, dass die Teilnehmer in der Sendung *Big Brother* tun können, was sie möchten, und 21 Prozent meinen, dass man mehr sexuelle Szenen zeigen sollte. (Ausführlichere Informationen dazu findet man im letzten Kapitel des Buches *Zehn Tage ohne Bildschirm*[•] (*Deset dana bez ekrana*). Grund zum Optimismus liefern Angaben, dass 44,2 Prozent von ihnen überhaupt nicht *Big Brother* schauen. Zwölf Prozent der Kinder sagen, dass sie die Inhalte in den Medien oft mit ihren Eltern kommentieren, 63 Prozent tun dies manchmal und sogar 25 Prozent niemals. Das ist im Vergleich zum europäischen Durchschnitt einer größeren Zahl von Ländern sogar ein optimistisches Ergebnis, worüber ausführlicher im siebten Kapitel berichtet wird.

Es ist bekannt, dass es in den Medien immer mehr unterhaltende, aber auch manipulative Inhalte gibt, und somit werden die Folgen für die kreative Entfaltung der jungen Menschen in ihrer Freizeit immer schädlicher. Die Kinder im Alter von fünf bis fünfzehn Jahren dürfen bekanntlich nicht mehr als eine Stunde, maximal zwei Stunden am Tag fernsehen. Eine zweite Untersuchung im September in einer Grundschule in Zadar, wo auch Workshops „Durch Gespräch zum Vertrauen“ für Kinder zwischen 10 und 12 Jahren (N=115) organisiert wurden, ergab, dass 40 Prozent der Kinder mehr als drei Stunden täglich vor dem Fernseher verbringen. Alleine während der Sendung *Big Brother* verbringen die Kinder täglich eine Stunde lang vor dem Fernseher. Ermutigend wirkt die Angabe, dass sich 32 Prozent der Kinder diese Sendung überhaupt nicht anschauen. Alarmierend ist das Ergebnis, dass 17 Prozent der 11-Jährigen die Tatsache, dass die Teilnehmer machen können, was sie möchten, attraktiv finden. Jedoch steigt bei den 12-Jährigen dieser Prozentsatz auf 40 Prozent an. Von diesen 12-Jährigen meinen sogar 21 Prozent, dass man mehr intime (sexuelle) Verhältnisse zeigen sollte. In beiden Untersuchungen haben fast alle Kinder einen Computer, wovon 67 Prozent einen Computer im eigenen Zimmer haben und die anderen im Wohnzimmer. Genauso wie beim Fernsehen antworteten hier 82 Prozent der Kinder, dass sie nicht von den Eltern kontrolliert werden, während sie im Internet surfen. Nur 12 Prozent von

• Anm. d. Ü.: Im kroatischen Bildungssystem dauert die Grundschule acht Jahre

• Anm. d. Ü.: Inoffizielle Übersetzung des Buches *Deset dana bez ekrana*

ihnen antworteten, dass sie sich mit ihren Eltern über die Inhalte im Fernsehen unterhalten. Das ist einer der Gründe, warum wir nichts in Richtung Vorbeugung des nicht selektiven Schauens von den für Jugendliche unangemessenen Inhalten unternehmen und ein Grund dafür, warum wir an der Entwicklung der verantwortlichen Elternschaft und/oder der medialen Kompetenzen arbeiten sollten. Das sind wichtige Tatsachen und/oder Argumente, die auch für die These sprechen, dass man in Kroatien Experten im Bereich der Medienpädagogik benötigt. Leider bieten nur einige Lehrerakademien dieses Kolleg an. In diesem Kontext müssen die Wissenschaftler und Experten alle strittigen Aspekte in der Entwicklung der sog. neuen Medien entdecken, das heißt auch in der Erziehung der Jugendlichen für die kreative Nutzung der Freizeitaktivitäten.

Weiter im Text wird über die Botschaften, die in den Realityshow-Programmen zweier kroatischer kommerzieller Fernsehsender vermittelt werden, gesprochen. Unser Ziel ist es nicht, die Thesen vom schädlichen Einfluss solcher Sendungen auf das Verhalten von Kindern und Jugendlichen wissenschaftlich zu erklären, weil die Vertreter des wissenschaftlichen Positivismus und Apologeten der radikalsten Form des moralischen Relativismus das kaum abwarten würden. Das Ziel ist es, anhand der manipulativen Inhalte (dieser Sendungen) die pädagogischen Botschaften zu entwickeln.

2.6. WIE MANIPULIEREN *BIG BROTHER* UND *DIE WAHRHEIT UND NICHTS ALS DIE WAHRHEIT*?

Diese Sendungen bei zwei kommerziellen Fernsehsendern (in Kroatien) manipulieren die Zuschauer, indem sie ihnen Abenteuer, Ruhm und Geld anbieten. Das sagen auch die Teilnehmer selbst. Ihr Ziel ist es, aus „dem Schatten“ auf die Medienszene zu treten und so ihre (lang ersehnte) Flucht aus der Anonymität zu verwirklichen. Auf diese Weise erzeugen bestimmte Medien die Medienabhängigkeit. Ihre Hauptbotschaft lautet: „Alles hat einen Preis, nichts einen Wert.“ Mit diesen Sendungen wird jegliche Scham abgeworfen, die Beichte wird ironisiert und die „Striptease-Kultur“ befürwortet. Das ist das neue Opium für die Kinder, durch das die radikalste Form des moralischen Relativismus begünstigt wird. Dadurch werden die Würde des Menschen und/oder das Recht auf Privatsphäre vernichtet. Dadurch wird die „Privatsphäre missbraucht“ (Živko Kustić, *Jutarnji list*, 11.10.2008). Eines der Ziele des Manipulators ist es, den Teilnehmern einen wünschenswerten Ausweg aus der

Durchschnittlichkeit anzubieten und sie bekannt zu machen. Die Sendungen werden in der Hauptsendezeit ab 20 Uhr ausgestrahlt.

Im *Big Brother* wird der psychologische Kannibalismus gefördert. Die Kandidaten werden unter der Begründung „nominiert“, sie oder er seien nicht interessant usw. Man konnte Schlägereien, Selbstbefriedigungsszenen, (explizite) Sexszenen und verschleierte Gewaltszenen, hysterische Ausbrüche, betrunkene Menschen, einen chronischen Mangel an Kultiviertheit, das Fördern von Promiskuität, die Trivialisierung des Lebens sehen, wobei der Hauptantrieb die Befreiung von der durch die Arbeit auferlegten Verantwortung war. Das ist eine Sendung, in der Frustration und die verdeckte Gewalt mit unterhaltenden Konnotationen gezeigt und geschaffen werden. Die Produzenten provozieren Konflikte. Vor der Öffentlichkeit werden Verträge, mit denen die „Bewohner“ zum achtjährigen Schweigen verpflichtet werden, geheim gehalten. Wenn man auch nur dieses Argument in Betracht zieht, wird jedem klar, um was für eine perfide Art der Manipulierung es hier geht. Das Schikanieren von (einzelnen) „Bewohnern“ wird als gute Unterhaltung dargestellt. Und dann fragt man sich, wie es dazu kommt, dass die heutigen Kinder subtile Methoden der sozialen Isolierung oder der Misshandlung von Mitschülern an den Tag legen.

Dieser Käfig, „Haus“ genannt, in dem die „Bewohner“ lernen, müßiggängerisch, gierig, hedonistisch zu sein und andere zu schikanieren, verwandelt sich vom Haus der Imitatoren zum Haus der moralischen Gladiatoren. Einem Ort, wo die „Seele der Diskretion beraubt wird“ (Živko Kustić, *Jutarnji list*, 11.10.2008). In dem Haus wird die Freiheit ohne Verantwortung geboten. Die meisten Themen beziehen sich auf Sexualität, unterschiedliche Arten des Exhibitionismus, es wird über Gruppensex, den Partnertausch und/oder das Teilen der „geliebten“ Person mit anderen gesprochen. In solchen Sendungen liegen die Botschaften auf der Hand: Je mehr man zum Exhibitionismus neigt, desto mehr ist man „in“. Das Geld ist das einzig Wichtige und ist die Belohnung (für alle Exhibitionisten). Sollte man sich dann noch fragen, wie es dazu kommt, dass die Kinder und Jugendlichen (im wirklichen Leben) aus Langeweile töten, aus Langeweile Drogen konsumieren, dass sie all das im Fernsehen sahen, wie „cool“ all das ist. Und dann fragt man sich, wie es dazu kommt, dass die Gewalt in der Gesellschaft zu einer Art Unterhaltung wird?!

Die Teilnehmer sind bereit, alles für Geld zu tun. (Das bestätigte auch eine Teilnehmerin – eine Mutter in einer Folge von *Die Wahrheit und nichts als die Wahrheit*). Die Intimität wird zum (Aus)verkauf freigegeben. Intimste Geheimnisse sollen nicht mehr existieren oder werden vor den Augen aller Zuschauer enthüllt. Damit möchte man den

eigenen Stolz ironisieren. Tatsache ist, dass die Mehrheit der Teilnehmer dies nach den Sendungen bereut hat. Aber darüber wurde in den Medien selten berichtet. Wir überzeugten uns davon, weil wir, nachdem wir öffentlich darüber schrieben, wie schädlich diese Sendungen in pädagogischer Hinsicht für Kinder und Jugendliche sind, mehrfach mündliche Unterstützung bekamen. Die ehemaligen „Bewohner“ sagten uns, sie müssten (laut Vertrag) acht Jahre lang über *Big Brother* schweigen.

In Deutschland protestierten die Psychologie-Studenten an der Berliner Universität auf einer Internetseite (www.ioff.de/archive/index.php/html) gegen diese Sendung mit der Aufschrift „Die Wahrheitsshow runter“. Die lizenzierte Gameshow unter der Produktion des kroatischen Fernsehsenders Nova TV nach dem Original *The Moment of Truth* breitete sich wie *Big Brother* (anfangs) in mehr als zwanzig Ländern aus. Unzulässig ist, dass die Fachkreise sich zu den Sendungen nicht äußern und die Nation diese Art der „Unterhaltung“ billigt.

Das Vorhaben jedes Manipulators ist es, den Menschen dazu zu bringen, sich mit anderen zu beschäftigen und nicht mit sich selbst. Ziel ist es, den jungen Menschen alle Werte und damit auch die Idole als relativ darzustellen. Es wird der Anschein erweckt, dass man in kurzer Zeit und/oder durch die Teilnahme an den Sendungen *Big Brother* oder *Die Wahrheit und nichts als die Wahrheit* zu einem Idol werden kann. Diese Sendungen begünstigen den Voyeurismus. Der Ruhm um jeden Preis wird zum Selbstzweck.

In *Die Wahrheit und nichts als die Wahrheit* wird alles enthüllt. So erfährt der Ehemann vor allen Zuschauern, dass seine Frau mit einem anderen einen Pornofilm gedreht hatte oder dass sie über eine Scheidung nachgedacht hatte. Daraufhin verlässt der Ehemann das Studio. Wie schon gesagt, in der Sendung *Die Wahrheit und nichts als die Wahrheit* wird bei der Beichte der intimsten Details jegliche Scham abgeworfen und dabei bekommt man die Zustimmung des Publikums (im Studio). Es werden äußerst vulgäre und bizarre Fragen gestellt wie z.B.: „Würden Sie (gleichzeitig) mit Ihrer Freundin und deren bester Freundin verkehren?“ Fragen an einen anderen Teilnehmer: „Haben Sie jemals gewünscht, dass jemandem von ihren Freunden ein Unheil zustößt?“ Der Teilnehmer an dieser Sendung vom 7. Oktober 2008 antwortete bestätigend (auf diese Frage). Auf die Frage, warum er solch eine Antwort gegeben habe, antwortete derselbe: „Weil sie nicht in die Clique passten.“ Derselbe Mann antwortete, ohne zu zögern, affirmativ auf die Frage, ob er sich auf der Arbeit schon selbstbefriedigt habe, sagte, sein Chef sei hochmütig ... Er gab vor einem breiten Publikum zu, mit der Frau seines Freundes geschlafen zu haben. Auf die Frage, ob er Gewalt anwenden

würde, um Geschlechtsverkehr zu haben, antwortete er mit „ja“ (unter frenetischem Beifall des Publikums im Studio). In derselben Sendung sagte J. E., dreifache Mutter, dass sie über eine Ehescheidung nachdenke. Ihr Ehemann verließ demonstrativ das Studio, nachdem er das gehört hatte. Auch Ana aus Buje kam (im November 2008) mit ihrem Mann in die Sendung und gab öffentlich zu, dass sie Witwe sein möchte. Sie sagte über ihn, dass er ein Spinner mit schwachen Nerven sei. Je älter er werde, desto verrückter werde er. In der Sendung *Die Wahrheit und nichts als die Wahrheit* vom 27. Januar 2009 gab der Kandidat zu, eine geladene Pistole gegen den eigenen Kopf gehalten zu haben. Er gab auch zu, er wäre ein guter Zuhälter...

Diese Sendung wird wie *Big Brother* (wieder in der Hauptsendezeit) wiederholt. Der Teilnehmer an der Sendung vom 18. Oktober 2008 antwortete bejahend auf die Frage: „Haben Sie mit den Gefühlen anderer gespielt, um sich gut zu amüsieren?“ Eine Studentin, angehende Erzieherin, sagte am 21. Oktober 2008, sie sei in der Sendung wegen des Geldes bzw. des Ruhmes und dieser stelle für sie das wichtigste Ziel im Leben dar. Eine gute Basis für die Arbeit mit den Jüngsten?! Der Polygraf in der Sendung, der angeblich die Wahrheit messen soll, befindet sich in den Händen von Produzenten, die dieses Gerät manipulieren können, um das Geld nicht verschenken zu müssen, falls der Teilnehmer zu viel Geld gewinnt.

In den Niederlanden wurde die erste Sendung von *Big Brother* im September 1999 ausgestrahlt, jedoch wurde sie wegen der sinkenden Einschaltquoten abgeschafft. Der Niederländer Bart Spring, der „Gewinner“ der ersten Staffel, sagt nach acht Jahren, er habe seine Privatsphäre in dem Moment verloren, als er an der Sendung teilnahm. Er habe nach der Sendung „fünf Nervenzusammenbrüche erlitten“. In Portugal versuchte der Gewinner, Selbstmord zu begehen... Das Ziel des Manipulators ist es, alles zu relativieren, so auch die Würde und die Privatsphäre. Deshalb bietet man die Möglichkeit an, ohne Talent auf den „Fernsehthron“ zu kommen.

Lasst uns das Thema „unseres“ großen Bruders wieder aufgreifen und feststellen, dass weltweit die meisten Beschwerden bei den Räten für elektronische Medien eingereicht wurden (und in Kroatien bei der Ombudsfrau für Kinder und Jugendliche). Man schätzte nämlich ein, dass mit dieser Sendung im großen Maße die Würde der Kinder und/oder ihre Privatsphäre verletzt werden. Die negativsten Reaktionen auf diese Sendung kamen aus Frankreich, Großbritannien, der Türkei und anderen Ländern, doch bis heute bestimmte der

Ständige Ausschuss für das grenzüberschreitende Fernsehen des Europarats[•] (Standing Committee on Transfrontier Television) keine festen ethischen Kodexe, außer der milden Geldstrafe oder dem Ausstrahlungsverbot in der Hauptsendezeit am Abend (bis 22 Uhr).

Im Dezember 2005, in der zweiten Staffel von *Big Brother*, sagte einer der Kandidaten, der aus dem Rennen um eine Million Kuna ausgeschieden wurde, ihn würden jetzt Schulleiter in Schulen einladen, um den Kindern und Jugendlichen Autogramme auszuteilen. Niemand reagierte darauf, auch das zuständige Ministerium nicht.

Seit dem Juli 2005 zeigt der kroatische Fernsehsender Nova TV die neue Realityshow *Die Bar (Bar)* und danach *Die Farm (Farma)* mit einem ähnlichen Konzept zum Nichtstun. *Die Bar* war die erste Realityshow, in der die ersten Sexszenen gezeigt wurden und man den Konsum von Marihuana öffentlich propagierte. Nach den ersten Sexszenen auf Nova TV (am 22. August 2005) um 21 Uhr kündigte die kroatische Ombudsfrau für Kinder und Jugendliche sofort eine Klage gegen die aggressive Werbung für Drogen und Sex vor den Augen der Jüngsten wie auch vor den Augen zahlreicher entsetzter Zuschauer an. Damit wandte sie sich zum zweiten Mal an den kroatischen Rat für elektronische Medien.

Im Oktober 2008 leitete der Rat für elektronische Medien ein Verfahren gegen die Sanktionierung „einiger Sendungen, die die Würde des Menschen beleidigen“ ein. Nichts geschah, weil es um die Interessen des Großkapitals ging.

Während Hamdija als „nationaler Held der Kroaten“ in einer kroatischen Tageszeitung auf der Titelseite gefeiert wurde, weil er als Rom und „Gewinner“ zur Förderung des Interkulturalismus beitrug (was lächerlich und unbegründet ist), beunruhigte der Rassismus Großbritannien, weil eine Bewohnerin im *Big Brother* Ende 2006 eine andere Bewohnerin wegen ihrer Indischen Herkunft ausgelacht hatte. Damals wurde Großbritannien als rassistisches Land bezeichnet und *Big Brother* wurde angeprangert, weil diese Sendung als Spiegelbild der Gesellschaft galt. Ein gewisser Tomo aus Brač, der von den Zuschauern und den Bewohnern im „Haus“ (im Oktober 2008) keine Unterstützung bekam, beschuldigte für alles eine gewisse Rina. Er behauptete, sie sei Serbin, die in „ihr Land“ zurückkehren sollte (weil sie ihn für den Rauswurf nominiert hatte). Später, als sie den Gewinner feierten, luden sie ihn nicht nach Thailand ein, weil er unangemessene Kommentare gab. Was für eine Demagogie, Manipulation... unter allgemeinem Schweigen.

• Anm. d. Ü.: Es handelt sich um den Europarat und nicht den Rat der Europäischen Union

Durch die steigende Anzahl von Realityshows von *Die Farm*, *Die Bar* bis zu *Story Supernova* widerspiegelt sich im kroatischen Fernsehen der geistige Zustand der kroatischen Gesellschaft. Was soll man tun? Soll man deren Ausstrahlung verbieten? Das kann man nicht, weil sie kommerzielle Fernsehsender sind und dann würde man (auch) als zurückgeblieben und konservativ bezeichnet. In Zeiten, in denen die menschliche Würde erst dann interessant ist, wenn sie erniedrigt wird, wenn die Kultur des Todes allgegenwärtig ist, ist es unzulässig, die Förderung der Kultur des Lebens als eine konservative Weltanschauung zu bezeichnen. Während die Wissenschaftler weltweit (anonyme Menschen) Medikamente gegen unterschiedliche Krankheiten entwickeln, stellen die gefährlichsten Manipulatoren für die Jugendlichen Formeln auf, die auch den Tod als Medikament gegen die Anonymität verstehen.

All diese Argumente verweisen auf die Kernfrage: „Wie soll man mit den Medien leben?“ In einer Gesellschaft, die durch Gewalt geprägt ist, in der die Gewalt als eine Art Unterhaltung betrachtet wird und die Zustimmung aus dem sozialen Umfeld (von den Altersgenossen) bekommt, sind die Medien nur ein Spiegelbild der gesellschaftlichen Deformationen. Trotzdem erwartet man von (anderen) Medien, dass sie die Öffentlichkeit ständig auf all diese Erscheinungen aufmerksam machen. Das ist einer der Gründe, warum wir die Einführung von Medienerziehung und Erziehung für Eltern in Sachen Medienkompetenz von der frühen Kindheit an vorschlagen.

Der Staat sollte die Unverletzlichkeit der Privatsphäre gewährleisten. Deshalb starten wir zusammen mit den jungen Menschen eine Bürgerinitiative zum Schutz der Privatsphäre. Wir bemühen uns darum, dass diese Sendungen nach 22 Uhr verschoben werden und nicht in den Morgenstunden wiederholt werden können. Wenn wir die Welt und/oder die Trends in den Medien nicht verändern können, können wir auf das Bewusstsein der Zuschauerschaft einwirken. Alle, die solche „Unterhaltungstrends“ setzen oder unterstützen, müssen die Bedeutung der Verantwortung bei der Manipulation von Bedürfnissen der Jugendlichen einsehen.

Die Medien sozialisieren, aber es wird Zeit, darauf hinzuweisen, dass sie manipulieren. Ein Vorschlag ist auch, deutlich zu bestimmen, welche gesetzlichen Möglichkeiten der Rat für elektronische Medien im Bezug auf die Sanktionierung von elektronischen Medien hat, die das Regelwerk zur Vorgehensweise von Fernsehproduzenten zwecks Jugendschutz (verabschiedet am 17. April 2008) nicht beachten.

2.7. JUNGE MENSCHEN UND MANIPULATIONEN – SIND SIE SICH DESSEN BEWUSST?

Wenn man von Jugendlichen und Medienmanipulation spricht, dann sollte man auf typische Vorurteile über das Potenzial der jungen Generation hinweisen, zumindest derjenigen, die bereit waren, an den medialen Workshops und Workshops für junge Journalisten teilzunehmen oder bei einer Art Unterricht dabei zu sein, von öffentlichen Diskussionen bis zu offenen Gesprächen über ein bestimmtes medienbezogenes Thema. Es wird mehr oder weniger allgemein angenommen, dass die jungen Menschen als Tabula rasa beziehungsweise als (hauptsächlich) passive Teilnehmer an der Medienkommunikation angesehen werden. Daneben gibt es auch Stereotype über die junge rebellische Generation, über die radikalen Standpunkte der Jugendlichen u. Ä.

Jedoch befinden sich die jungen Menschen unter ständigem Einfluss der Medien, und da sie rebellisch sind, wenden sie sich von der Kritik gegenüber der Gesellschaft, den Ungleichheiten und der Wahrnehmung von gesellschaftlicher Ungerechtigkeit oder den sozial Benachteiligten ab. Von den Medien werden sie manchmal (auch unachtsam) in die Stereotype gesteckt, sie seien ausgefallen, rebellisch (vor allem in modischen Details oder im musikalischen Ausdruck), jedoch schmeichelt sich ein Teil der Medien und Journalisten den Jugendlichen ein, indem sie sie als Perfektionisten darstellen. Dennoch übertreibt man so hauptsächlich erst dann, wenn man die Jugendlichen zum Kauf oder Verbrauch von Produkten (der Mode-, Musik-, Film- oder Sportindustrie) anregen möchte.

Viel weniger Unterstützung bekommen die Jugendlichen, wenn sie sich tatsächlich, ohne überflüssige Vermittler, (gesellschaftlich) kritisch engagieren möchten. Sie bleiben oft nur politisch engagiert, und zwar im Rahmen der Parteimitgliedschaft, die inkorrekt als Gesamtheit der politischen (Zoon politikon) Verhältnisse und Ereignisse dargestellt wird. In solchen Situationen ist es „gut“ und „wünschenswert“, dass die Jugendlichen auf Ältere hören und nicht in die Dinge, die als „heilig“ gelten, oder in die gesellschaftlichen Dogmen bestimmter Lobbys, Interessengruppen und korporativen „Missionen“ eingreifen.

Bei der künstlichen Einteilung der Jugendlichen – wie sie von den Medien meistens auch präsentiert werden – in passive oder „virtuell rebellische“ Jugendliche, wird der Vorrang sehr oft den rebellischen Jugendlichen gegeben. Alle anderen werden indirekt nicht nur als passiv, sondern auch als unproduktiv, „alternativ“, unhöflich oder der ernsthaften Medienaufmerksamkeit unwürdig angesehen. Die Medien beachten die positiven Beispiele

von jungen Menschen oft nicht. Talentierte Musiker, kreative Informatiker oder Programmierer, die konstruktive Programme erstellen (und nicht ins Pentagon einbrechen), junge Frauen, die Workshops leiten oder Älteren helfen. Sie sind praktisch uninteressant. Außer wenn sie in die Träume jedes „neugebackenen“ Journalisten und/oder Redakteurs passen, die sich durch die schon erwähnten drei s – Sex, Skandal und Sensation manifestieren. Dann bekommen auch „gewöhnliche“ Jugendliche die Gelegenheit, fünf Minuten im Rampenlicht zu stehen...

Jedoch zeigen gerade die Erfahrungen in direkter Zusammenarbeit mit einem großen Teil der jungen Menschen das, was (absichtlich) vergessen wurde: die Kreativität und die Reife eines Großteils der jungen Menschen.

Einer der praktischen Indikatoren ist die Situation, in der sich die Jugendlichen mit den Grundlagen der Medienarbeit und deren Einfluss auf ein breites Publikum bekannt machen bzw. wenn sie sich mit den vier Grundfunktionen der Massenmedien (nach Jay Black und Jennings Bryant) bekannt machen. In der Theorie gibt es manchmal auch mehrere (Unter)teilungen, aber im Unterricht in Workshops benutzt man und spricht man von vier Grundfunktionen: Information, Unterhaltung, Überzeugung und Transmission der Kultur (Malović 2005, 55). Nach Anforderungen des Publikums werden die Medien ausgewählt, von denen man die gesuchten Informationen bekommen kann. Die Unterhaltung wird (immer häufiger) zum Rahmen, in dem manche Informationen (Tatsachen) beim Publikum besser ankommen als andere. Dabei spielt die Überzeugung mittels der Werbung eine wichtige Rolle, während die Transmission der Kultur vielleicht schwerer zu erkennen und zu bestimmen ist. Jedoch birgt die Verbindung von der Kommunikationsart, dem Inhalt der Botschaften und der Werte, die zum Empfänger kommen, immer mehr Fallen, die die Jugendlichen oft nicht erkennen.

Man bräuchte sicherlich mehr Raum und Zeit, um diesen Teil der praktischen Arbeit der Workshops für junge Journalisten bzw. medialen Workshops detaillierter zu erklären, aber das (Anfangs)ziel ist es, den Jugendlichen zu helfen, die manipulative Funktion der Medien zu erkennen.

Eine Möglichkeit ist es, sie darauf aufmerksam zu machen, dass die Medienfunktionen einen „Doppelcharakter“ haben, dass das positive Informieren z.B. davon ausgeht, dass die Tatsachen „heilig“ sind, während im negativen Fall sogar ein Übermaß an (reichlichen oder ausgewählten) Informationen einer Art die Objektivität der anderen Tatsachen verdeckt. Die Überzeugung kann nur auf bestimmte „wünschenswerte Interessen“ beschränkt werden. So

kann auch die Unterhaltung dazu dienen, die Aufmerksamkeit von den Tatsachen abzulenken, und genauso müsste und dürfte die Transmission einer Kultur nicht heißen, dass man sich von anderen kulturellen Inhalten und Werten in den Medien verabschieden sollte.

Dies sind nur einige Beispiele der positiven und negativen Funktionen, die die jungen Menschen (Teilnehmer) am Anfang nicht verstehen, aber die Beschäftigung mit konkreten Inhalten verwandelt sie allmählich trotzdem in Kritiker, die sich der Medienmanipulation bewusst sind. Druckmedien und elektronische Medien liefern ausreichend Stoff für Fallstudien über zahlreiche Manipulationen. Da junge Menschen ihre Mechanismen zum Erkennen von Manipulationen in konkreter Arbeit verfeinern, reagieren sie oft zu stürmisch bzw. fangen an, alle Inhalte abzuweisen. Das machen sie, weil sie nicht gelernt haben, die in den Medien gebotenen Inhalte konstruktiv und objektiv zu selektieren. Andere hingegen stumpfen ab und verfolgen weiter die Medien. Die jungen Menschen benötigen unsere Anweisungen. Wir sagen ihnen z.B., dass ein guter Erzieher immer wissen lässt, was das Endziel und jeder folgende Schritt bei der Arbeit ist, während im Manipulierungsprozess das Endziel undeutlich ist (weil die jungen Menschen während des Prozesses das Endziel kennen lernen werden). Die Manipulatoren befolgen nur die eigenen Regeln der Gruppe, während die Erzieher die jungen Menschen damit bekannt machen, dass das richtige Zusammenleben erst durch die Unterschiedlichkeit möglich ist.

In den Umfragen und Analysen der Äußerungen und Gedanken der Jugendlichen – die sie auch selbst durchführen – erlebt man bei direkten Fragen zu dem möglichen (negativen oder manipulativen) Einfluss der Medien auf die Gesellschaft, besonders auf die junge Generation etwas besonders Interessantes. Ein sehr großer Prozentsatz der Jugendlichen ist der Meinung, dass die Medien „hauptsächlich manipulieren“ (ein Großteil meint, dass „alle Medien und Journalisten lügen“) und ebenso denkt eine große Anzahl von ihnen, dass die Medien vor allem einen negativen Einfluss auf die Gesellschaft ausüben. Die Jugendlichen bewerten die Art und Weise, wie sich die Medien ihrer Generation anschmeicheln, das Fehlen an klaren gesellschaftlichen Kriterien und Werten in den Medientexten, Beiträgen oder Sendungen usw. als negativ. Sie sind auch der Meinung, dass die jungen Menschen auch allgemein dazu neigen, sich von dem negativen Einfluss und Manipulationen beeinflussen zu lassen. Jedoch, als wir von ihnen verlangten, selbst einzuschätzen, inwieweit sie den Manipulationen in den Medien ausgesetzt sind und inwieweit sie dazu bereit sind und wissen, wie sie sich einem solchen Missbrauch der Realität und der Ereignisse widersetzen können, dann zeigen sie eine gewisse Naivität. Die Mehrheit glaubt, dass gerade sie den

Manipulationen nicht ausgesetzt ist und dass sie ihnen sehr geschickt ausweichen oder sie überwinden kann. Jedoch weiß ein wesentlicher Teil von ihnen nicht, wie sie sich den Manipulationen widersetzen und sie erkennen können. Sie seien, einfach gesagt, „nicht daran gewöhnt“, dass ihnen das vielleicht jemand beibringen sollte oder dass sie sich mehr anstrengen müssten.

Es besteht eine gewisse Diskrepanz zwischen der Wahrnehmung der Medienwirklichkeit als äußerst oder überwiegend negativ und manipulativ und der überwiegend zufriedenen und ein bisschen selbstbewussten Einstellung, dass man kompetent und immun gegenüber Medientrends oder Medienmissbrauch ist. Individuelle Gespräche und Gruppendiskussionen zeigen, dass es dabei um das Selbstbewusstsein der jungen Menschen geht, aber es gibt vorwiegend auch eine Art Optimismus. Viele von ihnen geben nämlich zu, dass sie doch denken, „dass nicht alles schwarz ist“ bzw. „dass es keinen Grund dafür gibt, dass jemand absichtlich gegen die Gesetze verstoßen möchte oder uns schlecht erziehen möchte“. Wenn man solche Gespräche und Umfragen nach den Workshops wiederholt oder vertieft, ist das Ergebnis eine vollkommen realistischere Vorstellung – „die Medien sind immer häufiger abschreckend, aber man muss sich dem widersetzen...“

2.8. WERBUNG UND MANIPULATIONEN

In den einleitenden Anmerkungen definierten wir den Begriff Manipulation als gut überlegte Verbreitung von Symbolen seitens einer mächtigen Gruppe von Herstellern, die (durch diese Symbole) ihr Profitstreben verhüllen, indem sie ihr Geschäftsinteresse als Bedürfnis aller Verbraucher darstellen. Sie möchten sie dazu bringen, wobei die Verbraucher sich dessen oft nicht bewusst sind, nicht nur Produkte zu kaufen, die ihre Bedürfnisse befriedigen, sondern auch die unnötigen Produkte (Šušnjić 1990, 28). Die größte Macht erlangt die Werbung durch ihre Zugänglichkeit, Anziehungskraft und Überzeugungskraft. Die Werbung schafft einen Kult des Neuen. Sie ist der Schöpfer von künstlichen Bedürfnissen. Junge Menschen sind häufigste Objekte von sexuellen Inhalten in zahlreichen Werbungen. Man geht von der These aus, dass Sex alles verkauft, von Autoreifen, Waschmitteln, Jeanshosen, Getränken... Die Werbebotschaft beinhaltet immer ein bestimmtes Symbol oder ein Zeichen, mit denen die Produkte, aber auch die Werbung, dadurch dass sie häufig wiederholt werden, begehrt werden. Diese Symbole und Zeichen haben eine bestimmte Bedeutung oder tragen ein

Statussymbol. Zum Beispiel „Ein mächtiges Auto haben mächtige Menschen“. (Darüber wird man in einem anderen Kapitel, in dem man die Verhältnisse zwischen dem symbolischen Interaktionismus und der Manipulation analysieren wird, sprechen).

Die jungen Menschen werden heutzutage mehr als je zuvor zu Geiseln der Werbung. Die Werbemacher sind die Meister im Charmieren... sie sind die Herren über das Unbewusste (Košir, Zgrabljic und Ranfl 1999, 82). Wichtig ist, den jungen Menschen zu erklären, dass die Werbungen weder dazu dienen, die primären Bedürfnisse zu stillen, noch jemandem zu helfen. Alles ist auf das Geld ausgerichtet und das Geld ist das Maß der Dinge, wenn man zum gewünschten Produkt kommen will. Es werden scheinbare Unterschiede geschaffen. Diejenigen, die Pepsi trinken, sind nicht gleich wie diejenigen, die Coca-Cola trinken. Dadurch, dass sie die gleichen Produkte kaufen, entsteht ein falsches Gefühl von Solidarität, das Gefühl, dass man mit diesem Getränk zu einer Pepsi- oder Cola-Person wird. So wird man zum „Teammitglied“.

Literaturverzeichnis:

- Bauer, T. A.** (2007): *Mediji za otvoreno društvo*, Icej, Sveučilišna knjižara, Zagreb
- Chomsky, N.** (2002): *Mediji, propaganda i sistem. Što čitaš?*, Zagreb
- Cohen, S.** (1980): *Folk Devils and Moral Panic*, London, Oxford- Martin Robertson, European Monetary System. University of Illinois EUC Working Paper, Vol 1, No1. 1
- Ilišin, V., Bobinac – Marinović, A., Radin, F.** (2001): *Djeca i mediji*, Zagreb
- Lippmann, W.** (1999): *Javno mnijenje*, Zagreb: Naprijed
- Malović, S.** (2007): *Mediji i društvo*, Zagreb: Sveučilišna knjižara
- Martinić, T.** (1994), *Postmoderna, svakidašnjica, komunikacija*, Naklada Benja, Opatija
- Miliša, Z.** (2006): *Manipuliranje potrebama mladih*, MarkoM Zagreb
- Miliša, Z. i Zloković, J.** (2008): *Odgoj i manipulacija djecom u obitelji i medijima*, Zadar – Rijeka
- Šušnjić, Đ.** (1990): *Ribari ljudskih duša*, Beograd
- Taylor, K.** (2006): *Ispiranje mozga*, Algoritam, Zagreb
- Theunert, H.** (2006): *Gewalt in den Medien – Gewalt in der Realität*, Gruner Verlag, Erlangen, München
- Thomas, A.** (1999): *Interkulturelle Kommunikation und Kooperation*, Sylvia Schroll-Machl, München
- Thomas, A.** (2006): *Medien und Cultures studies*, Studie für Sozialwissenschaft, München

Hrvatski izvornik
Kroatischer Ausgangstext

2. MEDIJI KAO MANIPULATORI (Z. MILIŠA, N. VERTOVŠEK)

2.1. UVODNE NAPOMENE

Suvremeno informacijsko društvo ne doprinosi samo „društvu znanja“ nego i problemima u odgojnom-obrazovnom razvoju, kao npr. ekspanziji vrijednosti orijentiranih na hedonistički ili dokoličarski koncept života. Suvremeni teoretičari medija ukazuju na problem da tisak, radio, TV program, internet nude sve više zabavnog negoli informativnog, obrazovnog ili znanstvenog sadržaja. Situacija se pogoršava, jer mediji sve više manipuliraju potrebama svih populacijskih segmenata društva, a poglavito mladih. (Miliša, 2006) Mediji su pod pritiskom tržišta da (stalno) proklamiraju nove proizvode. Mladima, s jedne strane, problem predstavlja što se moraju orijentirati na sve kompliciranije socijalne odnose i s istima ovladati, dok im se s druge strane, otvaraju bogatije mogućnosti informiranja, komuniciranja, društvene mobilnosti, itd., nego generacijama prije njih.

Suvremeno društvo obilježeno je sofisticiranom informacijskom tehnologijom i komunikacijom, kojom se otvaraju nesagledive mogućnosti učinkovitije suradnje učenika i nastavnika, dostupnosti informacija, doživotnog obrazovanja itd. Tehnološki napredak (računalo, internet, globalizacija obavješćivanja...) otvara(ju) izvanrednu mogućnost dostupnosti informacijama iz medija kao i pedagoških implikacija učenja na daljinu – tzv. E-learning. „U medijima se ogledava i stvara stanje i kretanje jednog društva... a najnegativnije posljedice nastaju s tabloidizacijom medija“ (Bauer, 2007, 14-18).

Mediji sve više postaju glavni agens u socijalizaciji mladog naraštaja. Osobito je važno istraživati koje to vrijednosti oni promiču. S obzirom da su vrijednosti paradigma ponašanja, iste su važne u analizama medijskih sadržaja s kojima se odašilju snažni simboli i poruke ali ne i norme i ideologije (od kojih mladi, razumljivo, bježe). Mediji s vrijednostima koje isti odašilju imaju veliku usmjeravajuću funkciju na aktivnosti mladih. Osim što utječu na zauzimanje stavova spram relevantnih društvenih problema, potiču na kvalitetu komunikacije.

Pored informativno-obrazovnog sadržaja, zabavni sadržaj često je na granici senzacionalizma, ili upravo u funkciji indoktrinacije i/ili manipulacije.³ I to je drugo lice medija o kome će u ovom radu najviše biti riječi.

Na početku knjige *Ribari ljudskih duša* autor Đuro Šušnjić iznosi sedam važnih činjenica važnih u medijskom odgoju (Šušnjić, 2004, 19).

*Dijete pamti i ono što ne razumije
i nesvjesno ponavlja ono što ne razumije,
ono uči i kad nije svjesno da uči,
njegovo ponašanje kontroliraju i nesvjesni čimbenici,
ono usvaja poruke prije nego što je kadro da ih iskustveno
provjeri,
dijete nema svijesti o nesvjesnome,
nesvjesno usvojeni sadržaji izbijaju u određenim stanjima (sna)
u prvi plan.*

Uloga medijske pedagogije je u dekodiranju poruka: jer, glavna uloga medija je da šalje poruke. Martinić je elaborirala šest funkcija masovnih medija: informacijske, (tvorba i skupljanje obavijesti), selekcijska (izbor i objašnjenje primljenih informacija), eksplikacijska (korištenje sadržaja za stvaranje koherentnih predodžaba), pedagoška (prenošenje znanja i kulturnih vrijednosti), zabavna (odmor, opuštanje, razonoda) i estetsku (stvaranje specifičnih medijskih estetskih oblika). (Martinić, 1994, 72-73). Izostala je manipulativna uloga.

Medijska komercijalizacija dokolice vodi ka pogubnim odgojnim posljedicama, posebno kod mlade generacije. Dokoličarenje postaje sve popularniji trend opuštanja mlade generacije. To se podudara s istraživanjima dr. Vlaste Ilišin koje je provela na uzorku od 1000 tinejdžera (Ilišin i sur., 2001), a ono pokazuje da je dokolica djece dominantno impregnirana sadržajima masovne kulture, jer djeca su najviše pokraj malih ekrana u slobodnom vremenu (Ilišin, 2001, 151). Elektronički mediji (s određenim sadržajima i/ili emisijama) poprimaju najsofisticiraniji oblik manipuliranja nad mladima i vode (ne) izravno u ovisnosti o različitim

³ Riječ manipulacija latinskog je podrijetla; „manus“ – ruka i „pulare“ – glačati. Kako i kod dokolice, manipulacija je imala pozitivnu konotaciju, jer se odnosila na obradu nekog predmeta vještim korištenjem ruku, a danas je ona perfidni način kupovanja stavova i obeshrabrivanja ljudi u samorealizaciji altruističnih vrijednosti. Kao što je „praxis“ u starogrčkom označavao stvaralački rad, tako danas praksa označava rutiniziranu-repetitivnu radnju stranu čovjeku. Svi ti pojmovi „otrgnuli su se svom prvotnom značenju.“

(s)tvarima, jer afirmiraju oslobađanje od rada u dokoličarenju⁴ i nestajanju svakog vida (samo)odgovornosti.

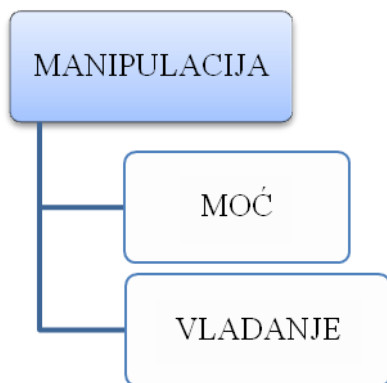
Kroz tranzicijski proces prijelaza u pluralističko društvo, mediji zapravo dobivaju novu ulogu informiranja i obrazovanja svih skupina društva. S druge strane, mediji formiraju nove potrebe mladih te ih približavaju inovacijama i novim oblicima komunikacije.

Mladi s lakoćom prihvaćaju nove tehnologije i navedene promjene. Uostalom, brojne emisije, izumi u svijetu internetskog komuniciranja, pokazuju daleko izraženiju prisutnost mladih u kreiranju novih medija i životu u i s „*virtual reality*“ (Thomas, 1999, 2006). Djeca koja na televiziji ne vide sve ono što je odraslima dopušteno ili „koja ne surfaju po stranicama po kojima surfaju drugi, osjećaju se uskraćenima... da će biti percipirani kao manje vrijedni“ (Bauer, 2007, 104). Odatle njihova snažna (potencijalno) odgojna i manipulativna moć. Mediji sve više socijalizacijski istiskuju školu, obitelj itd., te tako utječu na cjelokupno formiranje vrijednosti i stilova ponašanja mlade generacije (Miliša, 2006, 26).

Noam Chomsky je među prvima javno progovorio o medijima u sustavu indoktrinacije mladih i *posljedica povlačenja* mladih u svijet privatnosti (Chomsky, 2002). Raskrinkati cilj manipulatora znači otkriti raspirivača *kontrole misli* – vlasnike medija, ulogu reklamiranja i medijske propagande ili vrijednosti koje oni propagiraju. Manipulacija se može odrediti kontroliran postupak pomoću kojih manipulator, koristeći simbolička sredstva, u za njega pogodnim psihosocijalnim okolnostima, odašilje u masu, preko sredstava komunikacije određene poruke s namjerom da utječe na uvjerenja, stavove i ponašanje velikog broja ljudi, tako da bi se oni u stvarima u kojima ne postoji opća suglasnost, a za koje su životno zainteresirani usmjerili prema uvjerenju, stavovima i vrijednostima manipulatora, a da toga nisu ni svjesni (Šušnjić, 1990, 29). Da bi što uspješnije kontrolirali mladu populaciju, nužno je kontrolirati njihove misli, jer misli su te koje mogu dovesti do djela i zato ih je potrebno držati zauzdane. Theunert, H. (2006) u svojoj knjizi *Gewalt in den Medien – Gewalt in der Realität* (Nasilje u medijima – nasilje u realnosti) objašnjava pojam manipulacije na slijedeći način:... „Medijski manipulator je orijentiran na moć i vladanje nad pojedincem kako bi individuumu preusmjerio njegove interese... Način djelovanja moći određuje efektivnost

⁴ Dokoličarenje danas sve više postaje način zabave, ali kroz svojevrzni bijeg od organiziranog rada u kojem pojedinac sve manje sam participira ili samostalno odlučuje o njegovu korištenju. Ono se je „otrgnulo“ ranijem poimanju kreativnog izražavanja u slobodnom vremenu. (Miliša, 2006). Dokoličarenje sve više postaje prepoznatljiv potrošački stil ponašanja, posebno mladih, i uglavnom podrazumijeva pasivni odnos prema ponuđenim sadržajima. Nije li jedan do problema mladih o kojemu se puno govori, a malo piše i istražuje – višak dosade i manjak ambicija i koje su posljedice toga!?

njegove (medija) upotrebe nad pojedincem. Vladanje je „uvježbana upotreba moći“. Tako Theunert otkriva simbiozu indoktrinacije i manipuliranja. Indoktrinaciju shvaća kao formu same moći manipuliranja, jer jedno bez drugoga ne može niti postojati. Karakter moći se odnosi na autoritarnost = manipuliranje. Moć je glavno sredstvo manipulacije. (Theunert, 2006, 63).



(Theunert, 2006, 64)

Većina medija u Hrvatskoj djeluje po istom obrascu kao i globalni svjetski mediji. Tržište, prihod, čitanost, gledanost, slušanost... glavni su kriteriji ne zato da bi dokazali kvalitetu, već da bi time opravdali prodaju (svojeg prostora oglasnim agencijama). Oglašivači dirigiraju medijima. U velikom broju slučajeva. „Teror tržišne uspješnosti pretvara se u apsolutni kriterij kvalitete“ (Malović, 2007, 13). Šest najprodavanijih dnevnih listova vlasništvo su dvije nakladničke kuće, a obje su dio međunarodnih globalnih medijskih kuća (Malović, 2007). Među krupnim medijskim kompanijama koje prevladavaju na hrvatskoj sceni su WAZ (Njemački koncern u čijem su vlasništvu *Jutarnji list*, *Slobodna Dalmacija*), zatim Styria, RTL, Sanoma (Malović 2007).

2.2. MLADI (IPAK) PITAJU: TKO VLADA MEDIJIMA?

Vrlo je zanimljiva percepcija polaznika novinarskih radionica glede situacije oko vlasništva u medijima. Na pitanja o brojnosti informativnih medija uglavnom govore o „stotinjak“ ili „stotinama“, ubrajajući u to sve, od dnevnih i mjesečnih listova i povremenih magazina, do lokalnih radija i televizija. Na upite o mogućem broju vlasnika medija uglavnom spominju tek nešto manje brojeve, a najbliži odgovori spominju „više desetaka“. Konačno, ne mogu se oteti

čuđenju da zapravo postoje svega dvije glavne nakladničke kuće – WAZ i Styria koji imaju više od 90 posto tržišta.

Posebno ih iznenađuje činjenica da su „gazde“ zapravo strani vlasnici. Ovo izaziva pitanja poput: „Kako je moguće da zapravo nema hrvatskih medija“ ili „Zašto se pušta da medije i dalje kupuju strani vlasnici?“ Rasprava obično krene prema vlasništvu banaka, telekomunikacijskog sektora...

Generalna ocjena je da mladi nisu upoznati s time koliko vlasnička struktura može utjecati na medije.

Razgovor o tome kakve su perspektive medija u Hrvatskoj i mogući trendovi pored „žutila“, nužno je započeti s pitanjem tko su pravi vlasnici medija, a koje se onda nužno nastavlja razlozima nestanka hrvatskih banaka ili telekomunikacija. U svim tim razgovorima ostaje njihovo logično pitanje koliko su odrasli uopće zainteresirani ili kritičniji od mladih. S tim analizama otvaramo kritički pristup društvenim devijacijama.

Korporativno novinarstvo u hrvatskim medijima uzima sve više „žrtava“, a da mladi (i odrasli) nemaju mogućnosti ni upoznati se s time kakva je to „bolest“ i kakva mogućnost preventive. Ulazak velikih oglašivača i multinacionalnih kompanija u medijski prostor, koje uz proizvode donose i svoje manipulacije, odvija se sve brže i praktički nema ničeg što bi takvo što – širenje manipulacijskih sadržaja i tehnika – barem usporilo, ublažilo, ili upozorilo da moćnici barem donekle poštuju pravila i kriterije koje poštuju u vlastitim zemljama. U Hrvatskoj je i većina zabavnih emisija stranog podrijetla, iz čega se može izvesti zaključak „kako smo izloženi nesmiljenom medijskom i kulturnom imperijalizmu“ (Malović, S, 2007:66).

Kako god zvučale ovakve (sažete) poruke mladih, nailazit će one, po svemu sudeći, na blažu ili oštriju ironiju „domaćih medijskih lisaca“ koji nas žele uvjeriti da su i dobre i loše strane (medijske) globalizacije zapravo jednake te da nema potrebe opirati se. A najlakše je dati etiketu „provincijske panike“ koju je, srećom, lako nadvladati manje obrazovanim novinarima, odnosno beskrupuloznijim vlasnicima.

Kroz zabavno manipulator plasira komercijalizaciju života i svih vrijednosti... (Miliša, Zloković, 2008;57). Uspjeh je zajamčen formulom: seks, senzacija i skandali. S. Cohen će u svojoj studiji kazati da pitanje kako će određeni (devijantni) događaji biti prikazani u medijima kod najvećeg dijela ljudi „stvoriti predstavu o tom događaju ili devijantnosti“ (Cohen, 1980, 30). Upravo Cohen je još sedamdesetih upozoravao da mediji pored

informativnih sadržaja sve više znaju manipulirati sadržajima s preuveličavanjem događaja ili iskrivljavanjem činjenica.

Urednici i vlasnici medija prave prvo filtriranje kada samostalno odlučuju o tome što je vrijedno da bude vijest. Zato Cohen u istoj studiji upozorava: „Ljudi u BBC-ju koji svake večeri pothranjuju nasilje, pohlepu, besciljnost i cinizam pred milijunima slušatelja i gledatelja, moraju razmotriti svoju odgovornost“ (Cohen, 1980, 160). Najgora je stvar, smatra on, kad se veliča oslobađanje od rada s dokoličarenjem, nasiljem, hedonizmom... (Cohen, 1980, 192).

Kod nas je prevedena sjajna knjiga engleske liječnice F. Teylor pod nazivom *Ispiranje mozga* (2006). Temeljna njena teza je da onaj tko vrši ispiranje mozga „polaze monopol na istinu“ (Teylor, 2006, 100). Još od vremena sorealizma upamćena je Lenjinova izreka: „Religija je opijum za narod.“ Ništa ne smije biti sveto. Sve je profano i podložno promjenama i odbacivanju. To su indoktrinirane „pedagoške misli“ koje je Staljin do kraja radikalizirao.

Središnja ideja manipulatora je rušenje svakog oblika razumnosti u ime neposrednosti, spontanosti, ugone... Umjesto kreativne upotrebe slobodnog vremena, manipulator nudi dokoličarenje, prosječnost, a banalnost uzdiže na rang vrlina. Škola, posao, obveze uzimaju se kao kavez iz kojeg se treba izvući, kao brana slobodi duha, kao prepreka koju treba odbaciti. Iz tog proizlazi sofisticirano ironiziranje svega postojećeg. Sve tradicionalno tretira se kao konzervativno, a konzervativno kao nepoželjno.

2.3. KAD FIKCIJA NADVLADA REALNOST

Mogućnost manipuliranja sa stvaranjem fikcija proizlazi iz činjenice da su ljudi bez utopije „zatočenici onog što smatraju stvarnošću“ (Bauer, 2007, 121). Televizija i tzv. „novi mediji“ sve više stvaraju paralelnu stvarnost, virtualnu zbilju i pružaju dokaz da je utopija projektirana iluzija. Manipulatori pronalaze plodno tlo u podsvjesnom dijelu naše ličnosti i da zato mediji imaju posebnu moć u stvaranju virtualne stvarnosti, a čime se gubi slika realnog svijeta za razliku od svijeta iluzija... (Miliša, 2006, 7).

Mediji 21. stoljeća su dakle krenuli prema novom području: *izmišljenoj stvarnosti* (*virtual reality*). To je korak više od fikcije, a dva koraka više od činjenica, ali sadrži fikciju i stvarnost. Sve bitne okolnosti su izmišljene: neka skupina ljudi stavlja se u neku situaciju koja

nema veze sa stvarnošću. Sve ostalo je stvarno – ljudi i njihovi odnosi. Zato su, prema Maloviću, mediji koji se temelje na fikciji počeli sve više utjecati na medije bazirane na činjenicama. Naime, „izmišljena priča daleko je zanimljivija i uzbudljivija od novinarskog izvještaja“ (Malović, 2007, 12). Kako medijske manipulacije otkrivaju društvene deformacije?

Izmišljena stvarnost, poput bumeranga, utječe i na medije ili njihove dijelove koji se bave činjenicama, pa se stvarni događaji prikazuju kao izmišljena stvarnost. Vijest o nasilju u obitelji se u medijima ilustriraju slikama koje su fikcija: neki zamagljeni likovi, kao da se ne bi prepoznali, tuku žene ili djecu, hine ubojstvo ili nešto slično.⁵ Serije poput Rekonstrukcije, Provjereno, KT-Pravda na zadatku temelje se na igranim glumljenim sekvencama stvarnih događaja. Tako dolazi do miješanja fikcije i stvarnosti, i izmišljena stvarnost postaje kriterij i mjerilo za stvarne vrednote.⁶ Izreka kaže: Samo loša vijest je dobra za objavljivanje (Malović, 2007; 11). Danas pobjeđuje onaj koji potiče (radikalne) emocije i slike, a ujedno ih i kontrolira i upravo u pretpostavljanju emocija zdravom razumu. Ovdje možemo tražiti problem današnje društvene i ljudske patologije. U medijskog konzumenta se izazivaju osjećaji koji će ga potaknuti da se osobno identificira s pričama koje čita, gleda i sluša, a u prilog tome nadovezat ćemo se na Lipmana koji to objašnjava ovako: „Vijesti koje čovjeku ne pružaju tu mogućnost da se uvede u dramu koje one opisuju ne mogu računati s time da će privući mnogo publike. Publika u vijestima mora sudjelovati kao što sudjeluje u drami osobnom identifikacijom. Moć stvaranja mijenja počiva u kombinaciji ovih dvaju elemenata“ (Lipman, 1995, 254). Radi toga se dobra vijest teško probija na tržište, a ako se i probije pridodaje joj se malen i skoro nikakav značaj.

2.4. SAMO JE LOŠA VIJEST DOBRA VIJEST

Dugogodišnja iskustva rada s našim sudionicima putem seminara i radionicama, okruglim stolovima i tribinama govore kako nije dovoljno odgajati mlade u duhu kritičnosti, kao ni podučavati buduće novinare ili spisatelje kako pisati tekstove. Stoga praksa pokazuje da

⁵ Malović, S.; „Mediji i društvo“, Zagreb, 2007.

⁶ Malović, S.; „Mediji i društvo“, Zagreb, 2007.

razgovor i poduka o etičkim načelima struke treba biti usporedna s početnim upoznavanjem s vještinama i pravilima izrade seminarskog rada, znanstvenog, stručnog, novinarskog teksta, radijskog zapisa ili TV emisije. U početku stoga, primjerice, koristimo razgovor na temu implikacija opće komercijalizacije, a onda i novih trendova i „žutila“ hrvatskih medija. Rečenica „samo je loša vijest dobra za objavljivanje“ proizvodi brojne kvalitetne komentare mladih da bi ih, s malo ironije, trebalo ponuditi i starijim kolegama na „naprednijim“ seminarima. Tamo gdje su dobro prilagođeni novinari već davno napustili poštivanje profesionalnih načela, jer „tako je najbolje ako hoćeš zadržati posao i ponekad dobiti koju nagradu“, mladi – još neprilagođeni – daju osnova za optimizam.

Premda čak i praksa i okružje u kojima mladi novinari često počinju vlastite novinarske korake nije poticajna radi tempa i zahtjevnosti pravih vlasnika nekog medija ili zbog ciljeva samih medijskih manipulatora, pomalo ohrabruje pomisao da mladi pozitivno odgovaraju na nastojanja da se bolje „naoružaju“ etičkim načelima i pravilima profesije. Ne deklarativno, naravno, što je opet oportunistička varka „stari(ji)h novinara“ ili profesora kojima je draži monolog od dijaloga. Na sve praktičke primjere objavljivanja eksplicitnih fotografija mrtvaca, ubijenih u „spektakularnim“ ubojstvima ili poginulim u prometnim nesrećama, kao i precizna izvješća o samoubojicama ili žrtvama silovatelja, mladi reaguju često izrazito odbojno. Osim dijela koji sve smatra „slobodom medija“ ili „zabavom“ (a to je posebna priča vezana i uz ciljeve medijskih manipulacija), mladi su izrazito kritični i puni čuđenja o nepostojanju pravnih ili kaznenih posljedica. Ostaje pitanje zašto nestane ili nema kritičnosti i u osnovi humanističke orijentacije „stručnjaka“, znanstvenika, nastavnika, slušatelja, gledatelja, čitatelja? Kada se zapravo izgubi sposobnost da prigodom pisanja, slušanja, gledanja i čitanja logično i jednostavno ljudski i profesionalno suosjećamo sa žrtvama, njihovim obiteljima i situacijom besramno eksploatiranom u nekim medijima ili vrstama medijskog izražavanja. Kako i kada postanemo puki medijski voajeri?

Ono što se u medijima često događa je paradoks, to da žrtva postaje progonitelj, a progonitelj žrtva. Pritom je medijska slika vješto upakirana tako da se nitko ne solidarizira sa žrtvom, već je osuđuju, a manipulacija se pojačava i solidariziranjem s nasilnikom koji se prikazuje kao žrtva (ubojica, kriminalac...). Više nitko ne postavlja pitanje, zašto više nemamo pravo na privatnost i vlastitu intimu, već je sve podložno orvelovskom Velikom bratu koji sve nadzire i kontrolira. Odatle proizlazi temeljnije pitanje: kako razvijati empatičnost na svim razinama?

Zapadni svijet nalazi se u zagrljaju mentalnog i tjelesnog obrasca *Big Brothera*. Osim spomenute, i ostale serije u našim komercijalnim televizijama poput *Farme*, *Story super nove*, *Survivor*, promiču voajerizam kao poželjan stil života i način u kojem se vrednuje trenutni uspjeh, a temeljne radne navike se zatomiuju i smatraju se nepoželjnim. U emisiji kao što je *Big Brother* mladi zavole „robovanje“ (Teylor, 2006; 83). U pravu je ista autorica kada konstatira da se „gušimo u moru informacija, a posebno mladi, koji ih često nisu u stanju kritički apsorbirati“ (str. 97). Pored toga, zadaća je manipulatora sve osporiti – ponajprije autoritete rada ili znanja profesije liječnika, svećenika, učitelja... Žrtve o kojima mediji izvještavaju nerijetko su diktirane medijske žrtve.

2.5. MEDIJSKO NASILJE U OBLIKU REALITY SHOWA

Najperfidniji način manipuliranja mladima je ono elektroničko s tzv. „reality show“ programima u kojima će se veliča sebičnost, prijetvornost, nerad, voajerstvo, uspjeh bez muke... Floskule o (rastućoj) toleranciji na takove emisije nas ne smiju zavarati, jer tada postajemo taoci najradikalnijeg moralnog relativizma. Država koja nije u stanju jamčiti dostojanstvo osobe i nepovredivo pravo privatnosti nema dovoljno argumenta zvati se demokratskom.

Rezultati najnovijih istraživanja kod nas i u zemljama EU ukazuju na upozoravajuću činjenicu da se vrijeme mladih provedeno pred ekranima (televizora, mobitela i računala) izjednačilo (negdje i prekoračuje) s vremenom boravka u školama. Boravak mladih uz ekrane može se analizirati kao indikator nove ovisnosti, zanemarivanje djece, stupanj otuđenosti, anomalije, depresije... Istraživanje u Zadru, svibanj 2008. na uzorku učenika sedmih i osmih razreda osnovne škole (N=302) triju osnovnih škola pokazuje o znatnom prekoračenju tog vremena, jer dobiveni podatci ukazuju da gotovo jedanaest posto učenika sjedi dnevno više od pet sati ispred računala, a jedna četvrtina je više od sat i pol uz mobitel, a dvanaest posto je više od pet sati ispred televizora. Četrdeset posto im se sviđa što u emisiji *Big Brother* sudionici mogu raditi što požele, a njih 21 posto smatra da bi trebalo biti više prikazivanja seksualnih scena. (Vidjeti opširnije u zadnjem poglavlju knjige „Deset dana bez ekrana“). Optimističan je podatak da ih 44.2% uopće ne gleda *Big Brother*. Dvanaest posto djece kaže da često s roditeljima komentiraju sadržaje u medijima; 63% ponekad, a čak 25% nikada. To

je čak optimističan podatak u odnosu na europski prosjek većeg broja država, o čemu smo detaljno pisali i u sedmom poglavlju.

Znajući da u medijima ima sve više zabavnog ali i manipulirajućeg sadržaja, posljedice su sve pogubnije za kreativni izričaj mladih u slobodnom vremenu. Poznata je činjenica da djeca starosti od pet do petnaest godina ne bi smjela gledati televiziju više od sata do najviše dva dnevno. U drugom ispitivanju u rujnu u jednoj osnovnoj školi u Zadru, a gdje smo održavali i radionice za djecu „Razgovorom do povjerenja“ (N=115) na uzorku djece od 10 do 12 godina, pokazalo je da 40% njih provodi više od tri sata dnevno ispred televizora. Samo uz Big Brother emisiju djeca provode jedan sat dnevno. Ohrabrujući je podatak da 32% djece uopće ne gleda tu emisiju. Zabrinjava podatak da je za 17% jedanaestogodišnjaka privlačna činjenica što sudionici tog showa mogu činiti što požele. Međutim, taj postotak se penje na 40% kod onih samo godinu starijih. Od tih dvanaestogodišnjaka čak 21% posto smatra da bi trebao biti više prikazivanja intimnih (seksualnih) odnosa. U oba istraživanja gotovo sva djeca imaju računala, od čega 67% računalo ima u svojoj sobi, a ostali u dnevnoj sobi. Kao i u slučaju televizije, i ovdje 82% djece odgovara da ih roditelji ne kontroliraju dok su na internetu. Samo njih 12% je odgovorilo kako komentiraju s roditeljima o sadržajima na televiziji. To je jedan od razloga zašto ne reagiramo na preveniranje neselektivnog gledanja neprimjerenih sadržaja za mlade i razlog zašto trebamo raditi na politici razvijanja odgovornog roditeljstva i/ili medijskih kompetencija. To su važne činjenice i/ili argumenti u prilog tezi da nam trebaju stručnjaci iz oblasti medijske pedagogije. Na žalost, tek neki nastavnički fakulteti imaju taj kolegij. U tom kontekstu su velike obveze znanstvenika i stručnjaka kod otkrivanja svih kontraverzi razvoja tzv. novih medija, a to znači i u odgoju mladih za kreativno korištenje slobodnovremenskih aktivnosti.

U nastavku ćemo biti govora i o porukama koje se promiču u reality show programima dviju komercijalnih televizija. Nije nam za cilj znanstveno obrazlagati ideje o štetnosti takovih emisija na ponašanje djece i mladih, jer bi to jedva dočekali znanstveni pozitivisti i apologeti radikalnog moralnog relativizma. Cilj je ukazati iz manipulativnih sadržaja (istih) na pedagoške poruke...

2.6. KAKO MANIPULIRAJU *BIG BROTHER* I *TRENUTAK ISTINE*?

Ove emisije na dvije komercijalne televizije (kod nas) manipuliraju gledateljima nudeći avanturu, slavu i novac. To kazuju i sami sudionici. Cilj im je izaći „iz sjene“ na medijsku scenu i tako ostvariti (toliko željeni) bijeg iz anonimnosti. Tako određeni mediji stvaraju ovisnost o medijima. Glavna poruka (im) je „Sve ima cijenu, ništa vrijednost“. S tim emisijama odbacuje se svaki stid, ironizira ispovijedanje i promovira „striptiz-kultura“. To je novi opijum za djecu, kojim se promiče radikalni moralni relativizam. Njime se potire dostojanstvo čovjeka i/ili pravo na privatnost. S njima se „siluje privatnost“ (Živko Kustić, *Jutarnji list*, 11.10.2008). Jedan od ciljeva manipulatora je ponuditi sudionicima poželjnu varijantu izlaza iz prosječnosti i postati popularan. Emisije se prikazuju u najudarnijim terminima od 20 sati.

U Big Brotheru se potiče psihološki kanibalizam, „nominiraju“ se kandidati pod obrazloženjem da joj nije zanimljiv/a... Viđene su tučnjave, masturbacije, (eksplicitne) scene seksa i prikrivenog nasilja, histerični ispadi, opijanja, kronični nedostatak opće kulture, poticanje promiskuitetnih odnosa, trivijalizacija života, a glavni pokretač je osloboditi se od odgovornosti u radu. To je emisija koja prikazuje i stvara frustracije, prikriveno nasilje sa zabavnim konotacijama. Producenti potiču sukobe. Od javnosti se kriju ugovori u kojima se „stanari“ s ugovorima obvezuju na šutnju punih osam godina. Svakome je jasno o kakvom perfidnom manipuliranju je riječ i kad se uzme samo ovaj argument. Maltretiranje (pojednog) „stanara“ prikazuje se kao dobra zabava. Onda se pitamo kako to današnja djeca imaju suptilne metode socijalnog izoliranja ili zlostavljanja vršnjaka.

Taj kavez, zvan „kuća“, u kojoj se „stanari“ uče dokoličarenju, pohlepi, hedonizmu, zlostavljanju drugoga... postaje od kuće imitatora kuća moralnih gladijatora, gdje se „duši otima diskrecija“ (Živko Kustić, *Jutarnji list*, 11.10.2008.). U njoj se sloboda nudi bez odgovornosti. Najčešće teme su o seksualnosti, raznim egzibicionizmima ili razgovori o „grupnjacima“, mijenjanju partnera i/ili dijeljenju „voljene“ osobe s drugima. Poruke su jasne: „Što si spremniji na egzibicionizam – to si više „in“. U takvim emisijama jasna je poruka: Novac je jedina vrijednost i nagrada (za sve egzibicioniste). Treba li se onda pitati kako djeca i mladi (u stvarnom životu) priznaju da ubijaju iz dosade, da se drogiraju iz dosade, da su sve to vidjeli na televiziji kako je sve to „cool“. I onda se pitamo kako to da nasilje u društvu postaje način zabave?!

Nema toga što sudionici nisu spremni učiniti za novac. (To je potvrdila jedna sudionica – majka u jednoj od emisija Trenutak istine). Intimnost je dana na (ras)prodaju. Sve najintimnije tajne se potiru ili razotkrivaju naočigled svih. Time se želi ironizirati osobni ponos. Činjenica je da je većina sudionika zažalila nakon tih emisija. No o tome su mediji rijetko izvješćivali. Mi smo se uvjerali, jer smo dobili više usmenih podrški nakon što smo javno pisali o odgojnoj pogubnosti tih emisija za djecu i mlade. Bivši „stanari“ su nam rekli da moraju (prema ugovoru) šutjeti o Big Brotheru osam godina.

U Njemačkoj su studenti psihologije sa Sveučilišta u Berlinu na web-stranici (www.ioff.de/archive/index.php/html) protestirali protiv emisije s natpisom Die Wahrheitsshow runter (u prijevodu: Show Trenutak istine dolje). Licencirana game show produkcija TV Nove prema originalu The Moment of Truth se kao i Big Brother (ispočetka) razgranala u više od dvadesetak zemalja. Ono što je nedopustivo je šutnja struke na te emisije uz odobravanje nacije na tu vrstu „zabave“.

Nakana svakog manipulatora je nametnuti pojedincu pitanje bavljenja drugima, a ne sobom. Cilj je da se mladima relativiziraju sve vrijednosti pa tako i idola. Stvara se privid da se idol može postati za kratko vrijeme i/ili ako dođeš u emisiju Big Brothera ili Trenutak istine. One promoviraju voajerske strasti. Slava bez obzira na cijenu postaje sama sebi svrhom.

U Trenutku istine se sve razotkriva. Tako pred svima suprug otkriva priznanje supruge kako ona ima porno uradak s drugim, ili da je ona razmišljala o razvodu, da bi nakon toga suprug napustio studio. Kako rekosmo, u Trenutku istine gubi se svaki sram kod iskaza najintimnijih detalja, dobivajući priznanje publike (u studiju). Postavljaju se krajnje vulgarna i bizarna pitanja „Bi li imao (istovremeno) odnose s djevojkom i njenom najboljom prijateljicom“? Pitanja drugom sudioniku: „Jeste li ikada promislili da se nekome od vaših prijatelja dogodi zlo?“ Sudionik emisije (na ovo pitanje) od 7. listopada 2008. godine odgovara afirmativno. Na pitanje zašto je dao takav odgovor, isti odgovara: „Zato jer se nisu uklapali u ekipu“. Isti je pristao bez dvojenja afirmativno odgovoriti kako je masturbirao na poslu, kako mu je nadređeni bahat... Priznao je pred najširim auditorijem kako je spavao s prijateljecom ženom. Na pitanje „Bi li primijenio silu da bi ostvario spolni odnos“ odgovorio je „da“ (uz zdušno odobravanje publike u studiju). U istoj emisiji J. E., majka troje djece, rekla je kako razmišlja o razvodu, a čuvši to suprug je demonstrativno napustio studiju. I Ana iz Buja (u studenome 2008) je došla sa suprugom u emisiju i javno priznala da želi biti udovica. Za njega je rekla da je „čudak, slab sa živcima. Što je stariji, to je luđi“. U emisiji

Trenutak istine od 27. siječnja 2009. „natjecatelj“ priznaje da je repetirao pištolj u sljepoočnicu. Priznao je i da bi bio dobar svodnik...

Ova emisija kao i Big Brother, repriziraju se (opet u udarnim terminima). Sudionik u emisiji od 18. listopada 2008. godine odgovara potvrdno na pitanje „Da li ste se poigravali s osjećajima drugih kako biste se dobro zabavljali?“ Studentica, buduća odgajateljica, kaže 21. listopada 2008. godine da je u emisija radi novca odnosno slave i da joj je to glavni orijentir u životu. Dobra osnova za rad s najmlađima!? Poligraf u emisiji kojim se tobože mjeri istinitost je u rukama ljudi iz produkcije koji mogu s istim uređajem manipulirati, kako bi sačuvali novce ako je neki od sudionika predaleko otišao u osvajanju novaca.

U Nizozemskoj je prva emisija Big Brother prikazana u rujnu 1999., ali je zbog pada gledanosti ukinuta. Nizozemac Bart Spring „pobjednik“ prve emisije, nakon osam godina kaže da je izgubio privatnost onog trenutka kada je ušao u tu emisiju, da je nakon emisije „pretrpio pet slomova živaca“. U Portugalu je pobjednik pokušao suicid... Cilj manipulatora je relativizirati sve, pa tako i dostojanstvo i privatnost. Zato se nudi varijanta po kojoj za doći na tron televizije ne treba biti darovit.

Vratimo se „našem“ Velikom bratu i konstatirajmo da su diljem svijeta ljudi najviše prigovora upućivali Vijećima za elektroničke medije (a u Hrvatskoj, državnoj pravobraniteljici za djecu i mlade), jer su procijenili da se tom emisijom uvelike krši dostojanstvo djece i/ili njihova privatnost. Najnegativnije reakcije na tu emisiju dolazile su iz Francuske, V. Britanije, Turske i drugih država, no do danas centralna komisija Vijeća EU za elektronske medije (Stading Committe on Transfrontier Television) nije zauzela čvrste etičke kodekse, izuzev blagog novčanog sankcioniranja ili zabrana prikazivanja emisija u udarnim večernjim terminima (do 22 sati).

U prosincu 2005. godine, u drugoj godini prikazivanja Big Brothera, jedan od kandidata koji je ispao iz utrke za milijun kuna kazao je kako ga sada zovu ravnatelji da dođe u škole i dijeli djeci i mladima autograme. Sve je ostalo na šutnji, uključujući i nadležno Ministarstvo.

Od srpnja 2005. na našu Novu-TV stiže novi reality-show Bar, zatim Farma sa sličnim konceptom dokoličarenja. Bar je bio prvi reality show u kojem je prikazan prvi seks i javno se propagiralo pušenje marihuane. Nakon tih prvih scena seksa na Novoj TV (od 22. kolovoza 2005) u 21 h, državna pravobraniteljica za djecu i mladež je odmah najavila (pri)tužbu takvom agresivnom reklamiranju droge i seksanja pred očima najmlađih, kao i brojnog zapanjenog gledateljstva. To je bilo njeno drugo obraćanje Vijeću za elektroničke medije.

U listopadu 2008. godine Vijeće za elektroničke medije je pokrenulo postupak protiv sankcioniranja „nekih emisija koje vrijeđaju ljudsko dostojanstvo“. Ništa se nije dogodilo, jer su u pitanju interesi krupnog kapitala.

Dok se u jednoj dnevnoj novini u Hrvatskoj na naslovnici Hamdija slavio kao „nacionalni heroj u Hrvata“ jer je kao Rom i „pobjednik“ pridonio širenju interkulturalizma, (što je smiješno i ničim utemeljeno), dotle je rasizam uzbunio Veliku Britaniju, jer se jedna stanarka u Big Brotheru koncem 2006. izrugivala drugoj zbog njezinog indijskog podrijetla. Tada je Britanija percipirana kao rasistička zemlja i Big Brother je tako optužen, jer se ta emisija percipira(la) kao ogledalo društva. Izvjesni Tomo iz Brača koji nije dobio podršku gledatelja i stanara iz „kuće“ (u listopadu 2008. godine) za sve je optužio izvjesnu Rinu, za koju je ustvrdio da je Srpkinja, koja bi trebala (jer ga je nominirala za ispadanje) otići „u svoju zemlju“. Kasnije ga nisu zvali na Tajland kada su slavili pobjednika, jer je imao neprimjerene izjave. Kakva demagogija, manipulacija... uz sveopću šutnju.

Pod najezdom reality show-ova od Farme, Bara sve do Story Supernova na našim dalekovidnicama zrcali se duhovno stanje hrvatskog društva. Što nam je činiti? Da zatražimo zabranu njihovog prikazivanja, to ne možemo, jer su to komercijalne televizije, a (i) tada bismo odmah bili pozvani nazadnim konzervativcima. U vremenu kada je ljudsko dostojanstvo interesantno samo kada je poniženo, kada je sveprisutna kultura smrti, nedopustivo je promicanje kulture života nazivati konzervativnim svjetonazorom. I dok se svjetski znanstvenici – anonimci trude stvoriti lijekove protiv različitih bolesti, najopasniji manipulatori stvaraju mladima formule po kojima i smrt shvaćaju kao lijek protiv anonimnosti.

Svi ovi argumenti nas upućuju na temeljno pitanje „Kako živjeti s medijima“? U društvu koje je protkano nasiljem, gdje se isto tretira kao način zabave i za koje se dobiva afirmacija od sredine (vršnjaka), mediji su samo ogledalo društvenih deformacija. Pa ipak, (drugi) mediji su ti od kojih očekujemo da stalno senzibiliziraju javnost za sve ove pojavnosti. To je jedan od razloga zašto predlažemo uvođenje medijskog odgoja i odgoja za medijske kompetencije za roditelje od ranog djetinjstva.

Država treba jamčiti područje nepovredive privatnosti. Zato zajedno s mladima pokrećemo građansku inicijativu za donošenje zaštite privatnosti i nastojimo da se iste emisije pomaknu iza 22 sata te da im se onemogućí repriziranje u jutarnjim satima. Ako ne možemo promijeniti svijet i/ili trendove u medijima, možemo utjecati na svijest gledatelja. Svi koji

postavljaju ili podržavaju ovakve trendove „zabava“ moraju shvatiti težinu odgovornosti kod manipuliranja potrebama mladih.

Mediji socijaliziraju, ali vrijeme je da se ukaže i kako manipuliraju. Prijedlog je i da se Vijeće za elektroničke medije jasno odredi glede zakonskih mogućnosti sankcioniranja elektroničkih medija koji ne poštuju Pravilnik o načinu postupanja nakladnika televizijske djelatnosti radi zaštite maloljetnika (donesenog 17. travnja 2008. godine).

2.7. MLADI I MANIPULACIJE – JESU LI SVJESNI?

Kada se govori o mladima i medijskoj manipulaciji, valja istaknuti svojevrzne predrasude o potencijalu mlade generacije, barem onom dijelu koji je bio voljan sudjelovati u medijskim i novinarskim radionicama ili nazočiti nekoj vrsti poduka, od tribina do otvorenih razgovora o određenoj medijskoj temi. Uz više ili manje prihvaćeno generaliziranje kako su mladi tabula rasa, odnosno (uglavnom) pasivni sudionici medijskih komunikacija, postoji i stereotip o mladoj buntovnoj generaciji, o radikalnim ishodištima mladih i slično.

Međutim, upravo u medijskim „škarama“ buntovnost mladih okreće se od kritičnosti prema društvu, nejednakostima i opažanju društvene nepravde ili onih koji su društveno hendikepirani. Mediji ih ponekad (i nesmotreno) uguravaju u stereotipe otkačenosti, buntovnosti (uglavnom u modnim detaljima ili glazbeni izričajima), ali postoji i udvorničko ponašanje dijela medija i novinara koji mlade oslikavaju kao perfekcionista. Ipak, takva pretjerivanja uglavnom vrijede u slučajevima kada mlade valja usmjeriti na kupovine i konzumiranje proizvoda (modne, glazbene, filmske ili sportske industrije).

Mnogo manje potpore mladi dobivaju ukoliko se doista i bez suvišnih posrednika žele uključiti u (društveno) kritički angažman. On često ostaje samo politički angažman i to uglavnom kada se veže pretežno uz stranački život koji se netočno predstavlja kao ukupnost političkih (zoon politikon) odnosa i događanja. Tada je „dobro“ i „poželjno“ da mladi slušaju starije i što manje diraju u „svetinje“ ili društvene dogme određenih lobija, interesnih grupa i korporativnih „misija“.

Tako se, vratimo li se umjetnoj podjeli mladih – kako ih mediji najčešće i prezentiraju – na pasivne ili „virtualno buntovne“, prednost vrlo često daje onim drugima, dok za ostale vrijedi neizravno shvaćanje kako ne samo da su pasivni, već i neproduktivni, „alternativni“, nepristojni i „nedostojni“ ozbiljnije medijske pozornosti. Pedagoški poticajno stajalište o

mladima mediji često ne vide (i to) kada talentirani glazbenici, kreativni informatičari-programeri koji stvaraju konstruktivne programe (a ne upadaju u Pentagon), djevojke koje vode radionice ili pomažu starijima praktički nisu zanimljivi(ji). Dok eventualno nisu vezani uz snove svakog „novokomponiranog“ novinara i/ili urednika što se iskazuju kroz već spomenutih *tris* – seks, skandali i senzacija. Tada i „normalni“ mladi dobivaju prigodu za svojih pet minuta slave...

No, upravo iskustvo izravnog rada s značajnim dijelom mladih (kao da) otkriva ono što je (namjerno) zaboravljeno: kreativnost i zrelost dobrog dijela mlade generacije.

Jedan od praktičnih pokazatelja jest situacija u kojoj se mladi upoznaju s osnovama funkcioniranja i masovnog utjecaja medija, odnosno kada se upoznaju s četiri temeljne funkcije masovnih medija (prema Jay Black i Jennings Bryant). U teoriji je (pod)vrsta ponekad i više, no za poduku u radionicama koristimo i govorimo o četiri osnovne funkcije: informacija, zabava, uvjeravanje, i transmisija kulture. (Malović, 2005;55). Prema zahtjevima publike biraju se mediji od kojih se mogu dobiti tražene informacije, zabava je ono što (sve više) postaje okvir u kojem neke informacije (činjenice) prolaze bolje ili lošije, koristeći pri tom sve više uvjeravanje prema načelima oglašavanja ili reklamnih poruka; dok je transmisiju kulture možda teže prepoznati ili izdvojiti, ali spoj načina komuniciranja, sadržaja poruka i vrijednosti koji dolaze do primatelja kriju sve više zamki koje mladi često ne prepoznaju.

Trebalo bi zasigurno više prostora i vremena za detaljnije obrazloženje ovog dijela praktičnog rada novinarske, odnosno medijske radionice, no generalna (startna) pozicija jest kako pomoći mladima u prepoznavanju funkcija zloporabe medijskog prostora.

Jedan od načina jest i upozoriti ih na praktično postojanje „dvojakog karaktera“ medijskih funkcija – da pozitivno informiranje polazi, primjerice, od „svetosti činjenica“, dok u negativnom slučaju čak i obilje (prostranih i selektiranih) informacija jedne vrste prikriva objektivnu snagu drugih činjenica. Uvjeravanje može biti suženo samo na određene „poželjne interese“, kako i zabava može služiti samo u svrhu skretanja pozornosti s činjenica, te kako transmisija jedne kulture ne mora i ne bi smjela značiti postupno micanje drugih kulturnih sadržaja i vrijednosti iz medija.

Ovo su samo neki primjeri pozitivnih i negativnih funkcija, koju mladi (polaznici) u početku ne shvaćaju, ali rad na konkretnim sadržajima ipak ih postupno pretvara u jasne kritičare manipulacija u medijima. Pisani i elektronički mediji pružaju izvrsnu prigodu za „case study“ o brojnim manipulacijama. Izoštrivši svoje mehanizme za prepoznavanjem manipulacija u konkretnom radu, mladi često reagiraju i preburno, odnosno počinju odbijati

sve sadržaje, jer zapravo i nisu naučeni na konstruktivnu i objektivniju selekciju onog što se nudi u medijima. Drugi, primjerice, jednostavno otupljuju i nastavljaju pratiti medije. Mladima su važne naše upute: Na primjer, kažemo im da će dobar odgajatelj uvijek dati do znanja što nam je konačni cilj i svaki slijedeći korak u radu, dok će u procesu manipulacije krajnji cilj biti nejasan (jer će se mladi u samom procesu upoznavati s konačnim ciljem). Manipulatori poštuju samo svoja pravila grupe, dok odgajatelji upoznaju mlade da je pravi suživot moguć tek u različitosti.

Jedna od zanimljivijih stvari u anketama i analizama izjava i razmišljanja mladih – koje oni i sami rade – pojavljuje se u izravnim pitanjima o mogućem (negativnom i manipulativnom) utjecaju medija na društvo, posebno mladu generaciju. Vrlo visok postotak smatra da mediji „uglavnom manipuliraju“ (značajan dio misli i kako „svi mediji i novinari lažu“), a isto tako značajan broj ocjenjuje da mediji uglavnom negativno utječu na društvo. Mladi ocjenjuju negativnim načine kako mediji podilaze njihovoj generaciji, izostanak jasnih društvenih kriterija i vrednota u medijskim napisima, priložima ili emisijama... Mišljenja su i da su mladi općenito podložni negativnom utjecaju i manipulacijama. Međutim, kada smo od njih tražili (samo)procjenu vlastite izloženosti manipulacijama u medijima, spremnosti i znanja da se suprotstave takvim zlorabama stvarnosti i događaja, onda pokazuju određenu naivnost. Većina ih smatra da upravo oni nisu izloženi manipulacijama, te da ih znaju vrlo uspješno izbjeći ili savladati. Premda, u dobrom dijelu, smatraju kako ne znaju točno načine na koje se mogu suprotstaviti manipulacijama, prepoznati ih, jednostavno rečeno, „nisu navikli“ da bi za to možda trebala posebna poduka ili ulaganje truda.

Izrazita ili pretežna percepcija medijske stvarnosti kao negativne i manipulacijske u svojevrsnom je raskoraku s pretežno zadovoljnim, pomalo i samouvjerenim stavom o vlastitoj sposobnosti i imunosti na medijske trendove ili zlorabe. Individualni razgovori i grupne rasprave otkrivaju da je riječ i o mladalačkoj samouvjerenosti, no uglavnom ima i svojevrsnog optimizma – naime, brojni priznaju da ipak razmišljaju „kako nije sve crno“, odnosno „nema razloga da netko želi namjerno kršiti zakone ili nas loše odgajati“. Ukoliko se ovakvi razgovori i ankete ponove ili prodube nakon radionica, rezultat je gotovo u potpunosti realističniji pristup – „mediji su sve više odbojni, ali se tomu treba suprotstaviti...“

2.8. REKLAME I MANIPULACIJA

U uvodnim napomenama smo dali određenje manipulacije kao smišljeno širenje simbola od strane moćne grupe proizvođača, koji (tim simbolima) prikriva svoju težnju za profitom prikazujući svoj poslovni interes kao potrebu svih potrošača kako bi ih navela, a da oni toga ne budu svjesni, da kupuju ne samo proizvode koji zadovoljavaju njihove potrebe, već i one nepotrebne (Šušnjić, 1990, 28). Najvažnija moć reklame je laka dostupnost, privlačnost i uvjerljivost. Reklame stvaraju kult novoga. One su stvoritelji umjetnih potreba. Mladi ljudi su najčešći objekti seksualiziranja sadržaja u brojnim reklamama. Polazi se od teze da seks sve prodaje, od automobilske gume, praška za robu, traperica, napitaka... Reklamna poruka uvijek nosi određeni simbol ili znak koje čestim ponavljanjem postaju poželjne. Ti simboli i znakovi imaju određeno značenje ili statusni simbol. Na primjer, „Veliko vozilo imaju veliki ljudi“. (O tome ćemo u posebnom poglavlju, gdje analiziramo relacije simboličkog interakcionizma i manipulacije).

Mladi ljudi danas više nego ikada postaju taocima reklamiranja. Stvaratelji reklama su majstori osvajajućeg šarma... oni su gospodari nesvjesnoga (Košir, Zgrabljic i Ranfl, 1999, 82). Bit je da se mladima objasni da reklame ne služe da zadovolje primarne potrebe niti imaju ulogu da pomažu bilo kome. Sve je orijentirano na novac, a da bi se došlo do željenog proizvoda novac je mjerilo stvari. Stvaraju se prividne razlike. Oni koji piju Pepsi nisu isti kao oni koji piju Coca Colu. Kupujući iste proizvode stvara se lažni osjećaj solidarnosti da imajući taj napitak sudjelujemo u razmjeni sebe i Pepsi ili Cola – osobe. Tako se postaje dio „tima“.

Literatura:

- Bauer, T. A.** (2007): *Mediji za otvoreno društvo*, Icej, Sveučilišna knjižara, Zagreb
- Chomsky, N.** (2002): *Mediji, propaganda i sistem. Što čitaš?*, Zagreb
- Cohen, S.** (1980): *Folk Devils and Moral Panic*, London, Oxford- Martin Robertson, European Monetary System. University of Illinois EUC Working Paper, Vol 1, No1. 1
- Ilišin, V., Bobinac – Marinović, A., Radin, F.** (2001): *Djeca i mediji*, Zagreb.
- Lipman, W.** (1999): *Javno mnijenje*, Zagreb: Naprijed
- Malović, S.** (2007): *Mediji i društvo*, Zagreb: Sveučilišna knjižara
- Martinić, T.** (1994), *Posmoderna, svakidašnjica, komunikacija*, Naklada Benja, Opatija
- Miliša, Z.** (2006): *Manipuliranje potrebama mladih*, MarkoM Zagreb
- Miliša, Z. i Zloković, J.** (2008): *Odgoj i manipulacija djecom u obitelji i medijima*, Zadar – Rijeka.
- Šušnjić, Đ.** (1990): *Ribari ljudskih duša*, Beograd.
- Taylor, F.** (2006): *Ispiranje mozga*, Algoritam, Zagreb
- Theunert, H.** (2006): *Gewalt in den Medien – Gewalt in der Realität*, Gruner Verlag, Erlangen, Munchen
- Thomas, A.** (1999): *Interkulturelle Kommunikation und Kooperation*, Sylvia Schroll-Machl, Munchen
- Thomas, A.** (2006): *Medien und Cultures studies*, Studie für Sozialwissenschaft, Munchen

Popis literature

Rječnici

- Dudenredaktion (Hg.) (2007): *Duden deutsches Universalwörterbuch*. Mannheim [etc.]: Dudenverlag.
- Hansen-Kokoruš, Renate; Matešić, Josip; Pečur-Medinger, Zrinka; Znika, Marija (2005): *Njemačko-hrvatski univerzalni rječnik*. Hrsg. von Dunja Brozović Rončević. Zagreb: Nakladni zavod Globus: Institut za hrvatski jezik i jezikoslovlje.
- Jakić, Blanka; Hurm, Antun (1991): *Hrvatsko-njemački rječnik s gramatičkim podacima i frazeologijom*. Zagreb: Školska knjiga.
- Rodek, Snježana (2008): *Hrvatsko-njemački poslovni rječnik = Wirtschaftswörterbuch Kroatisch-Deutsch*. Zagreb: Masmedia.
- Rodek, Snježana; Kosanović, Jasenka (2004): *Njemačko-hrvatski poslovni rječnik = Wirtschaftswörterbuch Deutsch-Kroatisch*. Zagreb: Masmedia.

Rječnici, enciklopedije i baze podataka na internetu

- Datenbank für juristische Informationen von Relevanz für den audiovisuellen Sektor in Europa
<http://merlin.obs.coe.int/iris/2005/1/article1.de.html>
- Elektronički rječnik Duden
<http://www.duden.de/>
- EuroTermBank Terminology Search
<http://www.eurotermbank.com/>
- Eurovoc, višejezični pojmovnik EU-a
<http://eurovoc.europa.eu/>

- Hrvatska enciklopedija Leksikografskog zavoda Miroslav Krleža. In:
<http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=46422>
- Hrvatski jezični portal. In:
<http://hjp.novi-liber.hr/>
- Hrvatski morfološki leksikon. In:
<http://hml.ffzg.hr/hml/>
- InterActive Terminology for Europe. In:
<http://iate.europa.eu/SearchByQueryLoad.do?method=load>
- Proleksis enciklopedija. In:
<http://proleksis.lzmk.hr/>

Elektronički izvori:

- Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (2013): *Medienkompetenz stärken*. In: <http://www.bmfsfj.de/BMFSFJ/kinder-und-jugend,did=131814.html> [zuletzt eingesehen am: 5.6.2014].
- Der Spiegel (1951): *Elektrizität. Wer wieviel Strom bekommt*. In: <http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-29191896.html>
- Europäischer parlament: *Ressourceneffizienz und Abfall*. In: http://www.europarl.europa.eu/aboutparliament/de/displayFtu.html?ftuId=FTU_5.4.7.html [zuletzt eingesehen am: 4.6.2014].
- Göbel, Alexander (2002): *Zwischen Mythos und Medienwirklichkeit – Eine Analyse der Darstellung der Vermittlung von „1968“ und den Folgen im Fernsehen*. Konrad-Adenauer-Stiftung e.V. In: http://www.kas.de/wf/doc/kas_344-1522-1-30.pdf?040415175719 [zuletzt eingesehen am: 5.6.2014].
- Hrvatski leksikon Leksikografskog zavoda Miroslav Krleža. In: <http://www.hrleksikon.info/definicija/laisser-faire-laisser-passer.html> [zuletzt eingesehen am: 4.6.2014].

- Ministerium für Infrastruktur und Landwirtschaft Land Brandenburg (2014): *Neues Zuhause für dampfende Stahlrösser*. In: <http://www.mil.brandenburg.de/cms/detail.php/bb1.c.312849.de> [zuletzt eingesehen am: 4.6.2014].
- Portal Dnevnik.hr. In: <http://dnevnik.hr/vijesti/svijet/zemlje-u-usponu-izdvajati-ce-vise-sredstava-za-un.html>. [zuletzt eingesehen am: 4.6.2014].
- Portal Limun.hr. In: <http://limun.hr/main.aspx?id=10056> [zuletzt eingesehen am: 4.6.2014].
- Poslovni dnevnik. In: <http://www.poslovni.hr/mobile/trzista/investicijski-glosarij-46218> [zuletzt eingesehen am: 4.6.2014].
- Struna – hrvatsko strukovno nazivlje. In: <http://struna.ihjj.hr/naziv/pravna-stecevina-zajednice/25746/> [zuletzt eingesehen am: 4.6.2014].
- Vašiček, Vesna: *Izveštavanje financijskih institucija – regulatorni okvir i računovodstveni standardi. Izveštavanje investicijskih fondova – 2. dio*. Ekonomski fakultet u Zagrebu - In: http://web.efzg.hr/dok/RAC/sbroz/2%20dio_Izve%C5%A1tavanje%20financijskih%20institucija%20%20regulatorni%20okvir%20i%20izvje%C5%A1tavanje%20IF.pdf [zuletzt eingesehen am: 4.6.2014].
- Wie Medien Bundeszentrale für politische Bildung (2011): *Wie Medien genutzt werden und was sie bewirken*. In: <http://www.bpb.de/izpb/7543/wie-medien-genutzt-werden-und-was-sie-bewirken?p=all> [zuletzt eingesehen am: 5.6.2014].