

Zlatan Delić

Univerzitet u Tuzli, Filozofski fakultet, Muhameda Fizovića Fiska 6, BIH-75000 Tuzla
zlatan.delic@untz.ba

Globalizacija, moć i politika znanja: jedanaest antiteza o globalizaciji

Sažetak

Riječ je o socijalno-epistemologijskoj kritici globalizacije (»hiperglobalizacije«) koja funkcionira kao povlaštena slika svijeta, povlaštena znanstvena paradigma. Odnos između globalizacije i moći, globalizacije i politike znanja, u radu se analizira polazeći od krize legitimiteta znanja – krize smisla, uloge i društvene funkcije univerziteta kao najviše institucije znanja. Na početku modernosti znanje je označeno kao moć. Na kraju modernosti, u globalnom društvu znanja, sama moć – moć nametanja znanja u liku tehnouznanosti – određuje što može biti tretirano, testirano i priznato kao znanje. Jedanaest ključnih stavova o globalizaciji iskazuju se u obliku gramatologijski nadopunjujućih antiteza o proturječnoj dinamici stvorenoj međusobnim preplitanjem (globalne) politike znanja, moći i ideologije tržišnog fundamentalizma. Većina antiteza nastaje iz promišljenog suprotstavljanja hiperkapitalističkoj ideologiji tržišnog fundamentalizma. Ta ideologija nalazi se u osnovi dominantne ekonomske predstave o globalizaciji. Cilj rada je kritički preispitati raširenu popularnost pozitivističke naracije o globalizaciji, posebno o 'globalnom društvu znanja' i 'novoj ekonomiji znanja'. Problem je što dominantna ekonomimetička koncepcija globalizacije potpuno nekritički pretpostavlja da je pozitivirajuća upotreba pojma globalizacije samorazumljiva, koherentna, neproblematična, legitimna i opravdana. Suprotno tomu, pokazuje se da 'globalizacija' nije jasan nego da je veoma nejasan »pojam«, »koncept«, »paradigma« itd. Rad nastaje iz uvjerenja da globalizaciju nije moguće znanstveno legitimirati kao novu znanstvenu paradigmu. Činjenica da globalizacija unutar glavnih tokova znanosti ima ogromnu snagu, predstavlja stoga svojevrstni autoreferencijalni paradoks. Današnja ekonomska globalizacija rezultat je udruženog djelovanja znanstvene, tehničko-tehnološke, simboličke (ekonomske, kulturne, političke itd.) i realne nadmoći ekonomiziranog globalizacijskog diskursa, globaliziranih institucija znanja i drugih mehanizama. Ti mehanizmi globalizaciju i tržišni fundamentalizam nameću, promiču, kreiraju, rekreiraju i podržavaju kao jedinstven projekt koji se provodi u ime stvaranja novog »globalnog društva znanja«.

Ključne riječi

globalizacija, moć, politika znanja, modernost, post/modernost

Upitni okvir

Prošlo je 19 godina od kada je sociolog Anthony Giddens, začetnik teorije globalizacije, napisao da je *globalizacija* pojam koji mora zauzeti ključno mjesto u leksikonu društvenih znanosti.¹ Nije se prevario. Mjesto je zauzeto, i to »ključno«. Ali ključevi su, izgleda, u međuvremenu izgubljeni. Samo su rijetki teoretičari, poput Rosenberga,² imanentnom epistemološkom analizom ishodišnih tekstova o globalizaciji (kao što je, primjerice, Giddensovo djelo

¹ Anthony Giddens, *The Consequences of Modernity*, Stanford Junior University Press, Stanford 1990.

² Justin Rosenberg, *The Follies of Globalisation Theory*, Verso, London / New York 2000.

Posljedice modernosti) objelodanili doslovni krah globalizacijske teorije. Ali to su izuzeci. Nije neophodno problematizirati epistemološku razliku između »teorije globalizacije« i »globalizacijske teorije«, kako je to činio Rosenberg u *The Follies* da bismo se uvjerali u dubioznost priče o krah globalizacije. Globalizacija je, poput filozofije, preživjela vlastitu smrt. Čak i danas – kada financijska kriza »dekonstruira« *image* Svjetske banke i MMF-a – globalizacija je ključna riječ. Dakako, ona danas u kritičkim diskursima poprima drugačija, postglobalizacijska značenja. Zbrka oko globalizacije se nastavlja. Kao i pokušaji da se ona razriješi.³ S druge – ili s prve strane – ekonomski fundamentalizam, tržišni fundamentalizam i globalni totalitarizam marketin-ga se nastavlja.

Namjera ovog rada nije negativna. Ali jest kritička. Naročito prema »tržišnom fundamentalizmu«⁴ i vladajućoj ideologiji »društva znanja«⁵ koji se nalaze u osnovi dominantne ekonomske globalizacije. *Tržišni fundamentalizam* i (globalno) *društvo znanja*, pomoću institucionalizirane »marketinške filozofije«, grade sumnjivu zgradu *globalnog društva znanja*. U ime obrazovanja globalnog društva znanja, samo jedna dimenzija globalizacije – ona ekonomska – nameće se kao univerzalna, spasonosna, dobronamjerna, samorazumljiva, koherentna, neproblematična, znanstveno legitimna i opravdana. Polazeći od analize povlaštenog vokabulara *Nove globalne pozornice*,⁶ kao paradigmatičnog temelja 'nove ekonomije znanja', preko analize negativnih posljedica koje producira marketinška slika globalizacije – koja se reklamira i samoreklamira kao dominantna teza o globalizaciji – predložit ću jedanaest antiteza. Pomoću jedanaest antiteza, koje ću izložiti na kraju rada, nastojat ću:

- problematizirati »globalizaciju« – različite disciplinarnе *diskurse* o globalizaciji – na nehijerarhiziranim, transdisciplinarnim razinama razmatranja;
- analizirati i reinterpetirati različite dimenzije, aspekte, strategije i prakse diskursa o globalizaciji i njihove društvene, naročito negativne, učinke;
- preispitati vezu i odnose između globalizacije, moći i politike znanja u različitim diskursima o globalizaciji (posebno onim koje produciraju marketing, menadžment, sociologija globalizacije, ekonomska sociologija i, samo djelomično, filozofija i filozofija znanosti), polazeći od *krize legitimiteta znanja* u 'novoj ekonomiji znanja';
- ukazati na *autoreferencijalne paradokse* vladajuće naracije o globalizaciji i pokazati kako ti paradoksi *uspješno funkcioniraju* u diskursu kojim se nastoje legitimirati 'ekonomski fundamentalizam', 'tržišni fundamentalizam', 'ekonomska globalizacija', 'nova ekonomija znanja' i 'globalno društvo znanja' kao zavaravajuće znanstvene paradigme i nove ideologije;
- pokazati kako se *New management* i 'nova ekonomija znanja', na niz suptilnih i manje suptilnih načina, pretvaraju u *opasnu* i u velikoj mjeri obmanjujuću ideologiju u čijoj osnovi se nalaze moć velikog biznisa, otvoreni i skriveni komercijalni interesi, konzumerizam, infantilizam itd.;
- založiti se za jednu humanističku epistemologiju globalizacije koja autoreferencijalne paradokse vladajućeg diskursa o globalizaciji okreće protiv negativnih posljedica ekonomske globalizacije i stavlja ih u službu kritičkog mišljenja, globalne demokracije, emancipacije čovječanstva, globalne solidarnosti i planetarnog humanizma.

Značenje 'globalizacije', kao što smo i ranije znali, općenito zavisi i od moći⁷ da se nametne njena znanstvena (ili neznanstvena) definicija, odnosno definicije u nizu teorija, disciplina, poddisciplina i diskurzivnih praksi. Zatočeni smo u novom, teško imenljivom dobu, lažnog bogatstva i siromaštva riječi.

Za to doba, od početka epistemološkog rata između modernista, postmodernista, postmodernih modernista⁸ i drugih, smišljeno je stotinu imena. Gotovo sva ta imena, i njihova značenja, zbrisana su na bojnopolju semantičke hegemonije koja je zamaskirana *globalizacijom*, naročito onom ekonomskom. »Ekonomska globalizacija« nije više teorija, kao što bi mogli očekivali teoretičari globalizacije. Ona je postala *više* od teorije, kao niza stavova i simbolički razmjenjivih riječi. Ona je postala stvarnost – *nova stvarnost*. Ona je preživjela ono što se ne može preživjeti – »smrt riječi«.⁹ Primjera ima beskonačno mnogo. Bilo koji od tih primjera mogao bi poslužiti kao dokaz da je u 'globalnom društvu znanja', naročito u diskursima 'nove ekonomije znanja', razlika između *teorije* i *stvarnosti* globalizacije, postala gramatologijski neustanovljiva.¹⁰ Različiti teoretičari, stratezi, konsultanti i sl. produciraju, reproduciraju i maskiraju teško ustanovljive razlike između »globalne ekonomije« s jedne strane, i »stvarnosti«, na koju se ta ekonomija odnosi, s druge strane, kao i nove ekonomije (znanja), s treće strane. Primjer prvi:

»Treba reći da pojam globalne ekonomije treba odvojiti od pojma nova ekonomija. (...) Terminologija nikad ne počiva na egzaktnoj znanosti. Svaki je pojam lingvističko sito. (...) Globalna ekonomija ima svoju dinamiku i svoju logiku jer više nije teorija, već stvarnost.«¹¹

3

Bila je dovoljna riječ (globalizacija) da se pomoću nje – i izgradi i sruši – jedan pretjerano samouvjeren, samoreklamirajući diskurs. Diskurs koji priča svoju vlastitu priču. I upravo zato što je imala Moć da postane povlašćena priča glavnih tokova društvenih znanosti, globalizacija je mogla preživjeti »smrt riječi«. Samo glavni tokovi posjeduju Moć, diskurzivnu moć, da promoviraju, grade i razgrađuju jednu priču, a da to predstave kao beskrajan razgovor beskrajno različitih priča. Tako »globalizacija«, poslije svega, nastavlja postojati poput nekadašnjeg bauka. Možda nitko ne zna što bi ona, u teoriji, (još) mogla značiti.

4

Stuart Sim, *Svijet fundamentalizma. Novo mračno doba dogme*, Planetopija, Zagreb 2006.

5

Konrad Paul Liessmann, *Teorija neobrazovanosti. Zablude društva znanja*, Naklada Jesenski i Turk, Zagreb 2008.

6

Kenichi Ohmae, *Nova globalna pozornica. Izazovi i prilike u svijetu bez granica*, Mate, Zagrebačka škola ekonomije i menadžmenta, Zagreb 2007.

7

»Današnji svet ne predstavlja prizor prema kome se treba odrediti pesimistički ili optimistički, o kome se pišu dovtljivi ili dosadni 'tekstovi'. Svaki takav stav predstavlja primenu moći i interesa«, Edvard Said, *Kultura i imperijalizam*, Beogradski krug, Beograd 2002., str. 20, 23.

8

Volkang Velš, *Naša postmoderna moderna*, Izdavačka knjižarnica Zorana Stojanovića, Sremski Karlovci / Novi Sad 2000.

9

»'Smrt riječi' je ovdje nedvojbeno metafora; prije negoli počnemo govoriti o njenom iščekivanju, valja misliti na novu situaciju riječi, na njenu podređenost u strukturi kojom više ne vlada.«, Jacques Derrida, *O gramatologiji*, IP »Veselin Masleša«, Sarajevo 1976., str. 16.

10

Vidjeti: Leif Edvinsson, *Korporacijska longituda. Navigacija ekonomijom znanja*, Differo, Zagreb 2003; Jonas Ridderstrale & Kjell Nordström, *Karaoke kapitalizam. Menadžment za čovječanstvo*, Differo, Zagreb 2004.; Alexander Bard & Jan Söderqvist, *Netokracija. Nova elita moći i život poslije kapitalizma*, Differo, Zagreb 2003.; Jonas Ridderstrale & Kjell Nordström, *Funky Business. Kapital pleše samo s darovitima*, Differo, Zagreb 2002.; Steven D. Levit i Steven Dž. Dabner, *Otkaćena ekonomija. Radoznali ekonomista istražuje skrivenu stranu stvarnosti*, Mono & Mañana, Beograd 2006.; Markus Bakingem i Kurt Kofman, *Zaboravite pravila. Šta to najbolji menadžeri sveta rade drugačije od vas*, Algoritam, Beograd 2005.; *Znanje za uspješno poslovanje. Biznis alati za XXI vek* (izabrani tekstovi »e magazina« – godina II, Beograd 2005.)

11

K. Ohmae, *Nova globalna pozornica*, str. 18. Na početku knjige možemo pročitati da je Ohmae »jedan od vodećih poslovnih i korporativnih stratega na svijetu«. U sociološkoj literaturi o globalizaciji, Ohmae se redovno navodi kao vodeći predstavnik »hiperglobalista«.

Dakle, ovdje je globalna ekonomija, kao teorija o stvarnosti, prestala postojati kao teorija i, odjednom je, iznenada, pretvorena u samu stvarnost. Primjer drugi: u knjizi *Korporacijska longituda; navigacija ekonomijom znanja*, u znakovito naslovljenom poglavlju »Nova ekonomija znanja: Tržišta i ekonomija dobara prokrčili su put ekonomiji i migraciji znanja (doviđenja Adame Smith?)« čitamo: »Ekonomija znanja je nova stvarnost«. Dakle, ovdje se tvrdi da ekonomija znanja više nije ekonomija znanja, nego da je ona sad pretvorena u novu stvarnost. Na istoj stranici, opet odjednom, iznenada saznajemo i novo određenje same »stvarnosti« (koja se sad pretvara u »komercijalnu stvarnost«) i saznajemo i novo određenje »radikalizma«, i to vokabularom preuzetim iz hermeneutike: »Razumijevanje nove komercijalne stvarnosti zahtijeva nove i radikalne uvide novih i radikalnih ekonomista«. ¹² Dakle, komercijalni diskurs želi, po uzoru na marketinško zavođenje, *samu* »stvarnost« pretvoriti u – »komercijalnu stvarnost«. A to radikalno pretvaranje (koje po zahtjevu *Korporacijske longituda* trebaju izvršiti radikalni ekonomisti), dakle pretvaranje »stvarnosti« u »komercijalnu stvarnost«, dvostruka je laž koja funkcionira umjesto istine. To je zona pseudologičkog, poput obmanjivanja ili samo-obmanjivanja. Stapanje nove globalne ekonomije, marketinškog zavođenja (na koje se dobrovoljno pristaje) i ideologije tržišnog fundamentalizma, učinilo je da Istina gotovo da i ne postoji. Pored toga, loš glas protiv nove ekonomije, protiv marketinga ili protiv društva znanja, vrlo rijetko čujemo. Znanje i neznanje žive u istom svijetu u kojemu marketinški stručnjaci promoviraju ideje društva znanja, a zapravo samo reproduciraju vladajuću ideologiju. A kad pojedinac izgubi sposobnost samostalnog viđenja stvari uvijek se nađe stručnjak da ga poduči što on to obavezno treba vidjeti. U društvu spektakla »svatko je potpuno izručen milosti stručnjaka, njihovim proračunima i njihovim procjenama koje uvijek ovise o tim proračunima.« ¹³

Strategija diskursa 'nove ekonomije znanja', samo nominalno je usmjerena na *znanje*, dok se ona ustvari nalazi u interesnoj službi velikog biznisa, špekulativnog kapitala i totalitarne ideologije tržišnog fundamentalizma. Ona, zapravo, iskrivljuje ideju znanja, pretvara je u ideologiju. Ona iskrivljuje riječi i stvari na razini »transcendentalne estetike« (Kant) i epistemologije; dakle, potpuno krivotvori sve čega se dotakne. Ona vrijeme pretvara u Novac, prostor u Tržište, čovjeka u Potrošača, istinu u Korist, dobro u Robu, a mišljenje u Financijsku Špekulaciju. Ona pokazuje da je znanje funkcija moći i da je moć uvijek u pravu. Ona je stoga ideologija – opasna ideologija. Opasna jer *oživljava* tek poslije priče o »kraju ideologije«, u vrijeme kada ni njeni zagovornici ni njeni neprijatelji ne vjeruju da ideologija uopće postoji. Može se dogoditi da na novoj globalnoj pozornici na »kraj ideologije« čekamo onoliko dugo koliko pozitivisti čekaju na kraj religije. Za to vrijeme čitamo *Pozornicu*:

»Moć se premješta od onih koji stvaraju pravila prema onima koji ih krše i nanovo pišu. Znači da korporacije moraju naći načina da unovače otpadnike s fakulteta, sitne kriminalce (nesretnike koji su prekršili stara pravila i zakone, prije nego ozbiljne serijske prekršitelje), djecu i umirovljenike.« ¹⁴

Pozornica čak nudi i nove, univerzalne kronologije, kronozofije, kronografije i kronometrije cjelokupne pisane povijesti čovječanstva:

»Pisana povijest gotovo uvijek ovisi o sustavu datiranja, odnosno kronologiji bilo koje vrste. Za kršćane je ovaj događaj bilo rođenje kršćanskog spasitelja Isusa Krista. Povijest je ovom granicom podijeljena na događaje prije Krista (BC, eng. *Before Christ*) i događaja nakon njegova rođenja – AD prema latinskom *anno domini* ili 'u godini našeg Gospodina'. Muslimani su usvojili sustav baziran na događaju nazvanom Hegira, kada je prorok Muhamed iz Meke otišao u Medinu. Prema kršćanskom kalendaru ovo se dogodilo 622. AD. Muslimani koriste su-

stav datiranja AH (*Anno Hegirae*, op. prev.). (...) Premijera nove ekonomske realnosti nazvane globalnom ekonomijom dogodila se 1985. To je bila godina kada se svijet počeo mijenjati. Za mene je 1985. *annus domini*, dok je sustav datiranja koji pomalo u šali volim koristiti AG i BG – prije i poslije Gatesa.«¹⁵

Za srozavanje kritičkog diskursa, znakovito je da i sociolog Manuel Castells, interpretirajući komercijalizaciju *društva znanja*, pjevuši hvalospjeve ‘novoj ekonomiji znanja’. Castells djelomično preuzima vokabular, strategije i praksu diskursa iz *New managementa*. Potrebna je odgovorna debata o ideološkom značenju globalnog društva znanja (kojemu doktrinarno težimo). Često previđamo činjenicu da, kao konzumenti informacijskog društva znanja, mi zapravo ne znamo što bismo trebali znati. Tko treba dati odgovor na pitanje živimo li u ‘društvu znanja’ ili ‘društvu kontrole’? »Bolonjski vokabular«, primjerice, u biti ne govori o istini, nego uporno govori *samo* o kvaliteti. Tko kaže kvaliteta, već je na dobitku. Ako kritiziramo rekurzivnu epistemologiju kvalitete, riskiramo da se ta kritika okrene protiv nas samih. »Bolonjski vokabular«, stoga, funkcionira po principu *performativne autoimunizacije* – a to znači da »Bolonju« i nije moguće kritizirati bez opasnih posljedica. Apsolutiziranje statističkih tehnika na studijskim programima ekonomije, potiskivanje kvalitativne metodologije, te kvantifikacijsko koncipiranje predmeta nazvanog *upravljanje kvalitetom* – sve to doprinosi, epistemološki nedopustivom, *kvantificiranju* samog pojma kvalitete. Znanje je, i na tome ovdje insistiramo, kvalitativno drugačije od zbira informacija. Naročito bi se studenti viših godina studija, prema Wallersteinovim preporukama, stalno iznova, trebali vraćati epistemološkim pitanjima. U ‘novoj ekonomiji znanja’, i u tome je problem, »znanje« funkcionira bez spoznaje, i bez istine. Suprotno tomu, Liessmann uporno inzistira da se Znanje referira na spoznaju. Pitanje istine, kako dalje tvrdi, temeljni je preduvjet za znanje.

»Znanje nije jednoznačno usmjereno na svrhu. U društvu znanja, kakvo se danas promovira, nisu zamislive obrazovane osobe kao ciljne predodžbe zahtijevanog permanentnog stjecanja znanja, nisu to, dakako, ni mudraci, ni znanstvenici klasičnog tipa, nego samo *brain* koji prepoznaje industrijske mogućnosti primjene kompleksnih istraživanja brže od konkurencije u Šangaju.«¹⁶

Je li određeno znanje beskorisno, ne može se prosuditi u trenutku uspostavljanja ili primjene tog znanja, kako bi to izgleda želio *New management*. U dominantnim diskursima o globalizaciji informacijsko društvo se relativno bezbrižno, i neodgovorno, poistovjećuje s društvom znanja.

»Omiljenoj tezi da živimo u informacijskom društvu i na taj način u društvu znanja može se, doduše, posve opravdano suprotstaviti teza da živimo u ‘dezinformacijskom društvu’. Znanje se zbog toga ne može konzimirati, obrazovna mjesta ne mogu biti uslužna preduzeća, a prilagodba znanja ne može ludički uslijediti jer to bez pomoći mišljenja jednostavno ne polazi za rukom. Iz tog se razloga znanjem ne može menadžerski upravljati.«¹⁷

12 L. Edvinsson, *Korporacijska longituda. Navigacija ekonomijom znanja*, str. 47.

13 Guy Debord, *Društvo spektakla*, Edicija teorija, Arkzin, Zagreb 1999., str. 183.

14 K. Ohmae, *Nova globalna pozornica*, str. 249.

15 Isto., str. 27, 28.

16 K. P. Liessmann, *Teorija neobrazovanosti*, str. 25, 129.

17 Isto., str. 24, 27.

Neovisno od toga, potpuno suprotno mišljenje iznosi Marc Gobé, u knjizi *Emocionalno brendiranje: Nova paradigma povezivanja brendova s ljudima*, kada piše:

»Univerziteti budućnosti biće brendirani i funkcionisaće kao modularne ‘banke znanja’, usredsređene na novu vrstu fleksibilnog ‘globalnog permanentnog obrazovanja’ koje pruža usluge studentima širom svijeta, u kampusima i daleko od njih, studentima iz različitih sredina koji se opredjeljuju za različite programe nastave, umjesto tradicionalnih programa namenjenih prvenstveno mladima i izdjeljenih na stepene. Da bi bili relevantni i da bi opstali, brendovi moraju da uzmu u obzir ogromne promene što su pred nama i da na drugačiji način konkurišu. Mi smo danas, jasno je, suočeni s potpuno različitim sistemom vrednosti nego pre pet godina.«¹⁸

Emocionalno »brendiranje« dobar je primjer da su ideolozi tržišnog fundamentalizma, grabežljivi poduzetnici, marketinški stručnjaci i finansijski špekulanti shvatili da je neophodno razvijati zavodljiv, površan, uveseljavajući diskurs (po uzoru na slikovnice za djecu). Diskurs koji će, proizvodnjom pristanka i neobrazovanih i navodno obrazovanih ljudi, prvo promijeniti njihovu intelektualnu, emocionalnu, voljnu – i ukupnu – psihološku sliku stvarnosti, kako bi se na globalnom planu moglo regulirati kolektivno ponašanje – ekonomsko, socijalno i političko. Da bi ideje postale sastavni dio vrijednosnih orijentacija što većeg broja ljudi i postale sastavni dio svakodnevnog iskustva, one moraju biti strateški formulirane, upakirane i distribuirane kroz knjige, popularna izdanja, magazine, simpozije, konferencije, sveučilišta, medije, studentske organizacije, ekonomske klubove itd. Ekonomska stilizacija ideje znanja i bezrezervno stavljenosti u službu uslužnih djelatnosti, prijetje uništenjem *same ideje* znanja. Liessmann prati što se *dogođa* i, izgleda, ne vjeruje da će bolonjska reforma sveučilišta imati sretan završetak:

»Činjenica da se nekadašnja središta znanja, sveučilišta, sve više obraćaju poduzetničkim savjetnicima da im pomognu pratiti i strukturirati njihove reformske procese ne svjedoči samo o bjelodanom prilagođavanju sveprisutnom jeziku što ga obilježava *coaching*, *controlling* i *monitoring*, nego i o sljepoći spram ideologije čija bi kritička demontaža spadala u zadaću društvenoznanstvenog znanja. Tko promatra kako sveučilišni čelnici predano i s obožavanjem izgovaraju svaku pa čak i najgluplju ekonomističku frazu iz repertoara naoko spasonosnih poučaka što ih donosi *New management*, ne mora se više čuditi nekadašnjoj popustljivosti inteligencije spram drugih ideologijskih i totalitarnih kušnji.«¹⁹

Obrazovanje kao obrazovanje ljudi trebalo je biti jamcem za obranu od unutarnjeg i vanjskog barbarstva. Liessmannova dijagnoza ekonomsko-marketinške i poduzetničke stilizacije visokog obrazovanja, može poslužiti kao dobro polazište za dodatne analize odnosa između društva znanja, moći i politike obrazovanja. Također, ona pruža dobru intelektualnu podlogu za dublje razumijevanje skrivenih mehanizama moći – mehanizama koji su kumovali i svjetskoj finansijskoj krizi, jer iznutra strukturiraju i omogućavaju globalno širenje (ne)obrazovnih politika neznanja.

Teorije globalizacije su od početka željele stvarati privid da »u uslovima modernosti mjesto postaje sve više *fantazmagorično*: to znači da lokalitete potpuno zaposjedaju i oblikuju društveni utjecaji koji su od njih veoma udaljeni.«²⁰ Privid se proizvodi možda i zato kako bi se postigao efekt senzacije, osnažio varljivi osjećaj kako se s nastupom priče o globalizaciji više i ne nalazimo na Zemlji. Za *globalizaciju* se tako, s gledišta epistemologije znanja, znalo reći da signalizira ne samo stvarnu, *suštinsku* društvenu promjenu, »zamjenjivanje moderniteta globalitetom« (kao primjerice kod Giddensa) – nego, također, kao rezultat ove promjene, suvišnost nekih od temeljnih ideja klasične društvene teorije, proširujući se čak do samog koncepta Društva kao takvog. Još dramatičnije, izgledalo je da je *globalizacija* (ili, preciznije, hiperinflacija

diskursa o globalizaciji), gurnula u stranu ili, u najmanju ruku zasjenila donekadavno neophodnu *specijalizaciju* pojedinih znanstvenih područja. Na temelju takve specijalizacije, obrazovane po principu klasične podjele rada, koegzistirale su discipline poput sociologije i ekonomije. Ekonomija se, najvećim dijelom, razvijala i objašnjavala u tradicionalnim okvirima nacionalnih država. Držala se vlastitog predmetnog područja i relativno zatvorenog vokabulara. Sociologija, zaokupljena sobom, kao i filozofija, radila je na samorefleksiji i pedagogiji pojmova, ili je stagnirala. To je trajalo sve do 90-ih godina 20. stoljeća. Onda su počeli nastupati Događaji. Nastupila je *priča* o globalizaciji,²¹ globalnom *ekonomskom upravljanju*, globalnom *političkom upravljanju*, globalnom *ekološkom upravljanju*... Više se nije znalo o čemu je uopće riječ. Na mjesto marksizma, kao univerzalne teorije o povijesti, društvu i čovjeku, uskočio je *New management*. Sve je postalo *upravljanje*. Nešto kasnije, u kontekstu reforme visokog obrazovanja, počelo se, vrlo površno, govoriti o »globalnom društvu znanja« i, na kraju, o Bolonjskom procesu.²² Dalekosežne će biti posljedice neodgovornog širenja diskursa o *globalnom društvu znanja*. Problem je u tome što je ideja znanja, u cjelini, potpuno nekritički, podvrgnuta parametrima globalne kapitalističke ekonomije. Ideja znanja, poslije nekoliko tisuća godina mišljenja, komercijalizirana je i obesmišljena. Filozofi su često uzaludno dekonstruirali kanibalsku logiku konzumerizma i potrošačkog društva spektakla. Luda oklada konzumerizma leži u tome što on želi »najveće ljudske slabosti preokrenuti u javnu korist« (Mandeville), što pokušava »gramzivost, lakomost i samoljublje pretvoriti u vektore uljudbe«.²³ Kada danas, u jeku globalne financijske krize, ponovo čitamo Brucknera, tek vidimo koliko je u pogledu radikalne kritike trgovačke logike, i ismijavanja konzumerizma, doista imao pravo:

»Najveća opasnost konzumerizma u manjoj je mjeri rasipnost nego li proždrljivost; zapravo je u tome što se on dočepa svega što dotakne zato da ga uništi, da ga nemilice ukroti. Ne iskazuje se on samo izrazima užitka nego, kako bi gurao naprijed svoje pijune, poseže i za jezikom vrijednosti, zdravlja, humanitarnosti, ekologije. Publicitet se dohvatio politike i njoj nameće svoje krilatice, televizija teži za tim da zaliječi naše ranjene ljubavi, ispravi nepravdu, nadomjesti policiju, omalovaži i ukine školu. Konzumerizam u pravom smislu riječi pobjegao je već odavno iz supermarketa kako bi postao medijsko-trgovačkom logikom koja se predstavlja kao univerzalno

18

Mark Gobé, *Emocionalno brendiranje. Nova paradigma povezivanja brendova s ljudima*, Mass Media International, Beograd 2006., str. xiii.

19

K. P. Liessmann, *Teorija neobrazovanosti*, str. 39–40.

20

A. Giddens, *The Consequences of Modernity*, str. 18–19.

21

Mnogi autori pisali su o »globalizaciji«, njenim pojedinim aspektima i dimenzijama, kao što su ekonomska, politička, kulturna, ekološka, informacijska, vojna, religijska, ideološka, diskurzivna i tako dalje. Autori koji su, poslije 2000. i 2001. godine, pokušali napisati kratki, razumljiv uvod u tako široku, kompleksnu temu kao što je »globalizacija«, priznavali su da su suočeni sa »zastrašujućim zadatkom«. (Vidjeti: Manfred Steger, *Globalizacija*, Ša-

hinpašić, Sarajevo 2005.) Na ovom mjestu, čak ni u najgrubljim crtama, ne mogu ulaziti u detaljniju analizu najutjecajnijih diskursa o globalizaciji koji pripadaju ranoj debati (K. Ohmae, A. Giddens, W. Hutton, S. Meštrović, J. Mander, E. Goldsmith, M. Castells, I. Wallerstein, R. Robertson, U. Beck, D. Tapscott, J. Stiglitz, G. Soros, Albrow, S. Amin, M. Mohamad, J. Baudrillard, S. Žižek, Z. Bauman itd.)

22

Negativne posljedice Bolonjskog procesa – kao globalnog oblika politizacije, birokratizacije i komercijalizacije znanja – već postaju vidljive, premda ih je još uvijek teško, ali ne i nemoguće, objektivno analizirati.

23

Pascal Bruckner, *Napast nedužnosti*, Nakladni zavod Matice hrvatske, Zagreb 1997., str. 71.

rješenje svih problema. Potrebno je dakle obuzdati tu trgovačku logiku, nametnuti joj okvire, zaštititi još sačuvane prostore što ih nastoji prigrabiti. Ali taj sustav uspješno raste na klimavosti i slabljenju svojih ograda. I onoga dana kada televizija zauzme mjesto sudnice, razreda, divana, onog dana kada se čitanje nekog reklamnog spota izjednači u gimnazijama s čitanjem Balzaca ili Madame Bovary, kada Schubert bude još samo onaj pozadinski šum koji prati Vivagel tortu s gljivama, a Verdi fenogram za toaletni papir, toga će dana likovati henot i skončat će zapadna civilizacija.«²⁴

‘Nova ekonomija znanja’, koja je trebala poslužiti kao matrica za stvaranje globalnog društva znanja i prosperiteta, nije stoga nedužna. Ona je bezrezervno prigrabila konzumerizam i progutala društvene uvjete promišljenog stjecanja znanja; unijela je infantilnu promjenu u individualne i masovne strategije i obrasce zamišljanja onoga što je poželjno znati ili imati. Ona od početka nije imala što reći ljudima osim »trošite novac!« – i to je trajalo sve dok lažnog novca nije ponestalo. Lažno, neispunjeno obećanje ‘nove ekonomije znanja’ doprinijelo je tome da Naše doba ne cijeni visoku učenost i obrazovanje, osim ako nije organizirano, upakirano po Bolonjskom procesu. Ali, ubrzano se pokazuje da je Liessman bio u pravu kada je napisao da *bijeda europskih visokih škola ima svoje ime: Bologna*. Varljivi sjaj, špekuliranje, blefiranje, zavodjenje, kvantofrenijsko koketiranje s kreditima i konzumerističkim zadovoljstvom te tautološko birokratsko reformiranje i neprestani tabelarni teror zamjenjuju znanstvenost, refleksivnost i intelektualnu odgovornost. Naše doba ne može se zamisliti, niti preživjeti, bez konferencija, seminara, prezentacija. I doista:

»Način na koji se danas prezentira znanje može se također čitati kao naputak za rastući prezir spram znanja. Loš običaj projiciranja jednostavnih rečenica i bombastičnih pojmova u *Power-Pointu* koji se zatim čitaju naglas, običaj koji se može promatrati ne samo u poduzećima, nego sve više na znanstvenim simpozijima i na sveučilištima, predstavlja oblik prezira spram auditorija i potpun gubitak onoga što se nekoć nazivalo predavačkom kulturom. Ako se uz to još pojave omiljeni stupičasti i kružni dijagrami – svejedno o kojoj se temi radi – možemo biti prilično sigurni da se tom vizualizacijom moglo namjeravati sve moguće, ali tu zasigurno neće postojati slika stvarnih odnosa. Općenito se u takvim prigodama može konstatirati sveopći nesrazmjer između tehničke i medijske prisutnosti i misaonog sadržaja ponuđenog. Tamo gdje sve blješti i svjetluca, gdje scenom vladaju videokamere, zaslone i prenosiva računala, gdje se multimedijски agira i umjetnički intervenira, doista je bolje više ništa ne slušati. Ne samo zato što dominacija tehnike prikriva riječi, nego ona više ne dopušta nikakve prave misli. Postoje oblici prezentacija koji mišljenje čine gotovo nemogućim. Još se samo formuliraju naslovi i parole; elimiraju se sve mogućnosti da se rečenice logički, tj. argumentirano strukturiraju. Pa ipak su protagonisti takvih emisija uvjereni u to da se radi o znanju i njegovu posredovanju.«²⁵

Ekonomizacija, i površna prezentacija znanja, ima za pretpostavku gubitak refleksivnosti, odgovornosti i samokritičnosti.

»Znanje i obrazovanje – koliko god nam to čudno izgledalo – u društvu znanja kojemu težimo nisu više cilj, nego su sredstvo koje ne zahtijeva nikakva daljnja promišljanja sve dok se da opravdati samo kao sredstvo: za prosperitetna tržišta, kvalifikacije za radno mjesto, mobilnost usluga, rast gospodarstva.«²⁶

Prazno mjesto znanja zauzeo je »menadžment znanja«, u skladu s infantilnom, marketinškom slikom znanja, koju neumorno promovira i širi ‘nova ekonomija znanja’. Menadžment u obrazovanju slovi kao spasonosni nauk kada se radi o pitanjima znanja. Tehnokratski menadžer znanja, naoružan sofisticiranim tabelama i statističkim proračunima, ne zamjenjuje samo obrazovanog stručnjaka. U društvu znanja – o kome se posvuda govori – pedagog, pa čak i znanstvenika sve više treba razumijevati kao menadžera znanja. Ta je predodžba moguća samo zato što je društvo znanja eliminiralo odnos znanja prema istini i, štoviše, namjesto tog odnosa hipostaziralo ekonomske

kriterije kvantitativno izračunljive efikasnosti, efektivnosti, učinkovitosti i uspješnosti. Tako se briše – i ponekad izgleda da je već izbrisana – razlika koja razlučuje znanje kao epistemološki postupak spoznaje, od drugih oblika ovladavanja svijetom. Umjesto da, na temelju vlastitog znanja i refleksivnog potencijala, kritiziramo tu besmislenost, mi joj se podvrgavamo, gonjeni paničnim strahom da ćemo propustiti jedan od tih skokovito navirućih modernizacijskih pomaka. U klasičnoj teoriji obrazovanja znanje je fungiralo kao moralno kvalifikacijska kategorija jer je podupiralo i pospješivalo cilj prosvjetiteljstva da čovjek kao čudoredan subjekt može autonomno misliti i živjeti.²⁷ U situaciji kada se ozbiljno suočavamo sa ukupnim neobrazovnim učincima protuprosvjetiteljskog zanemarijanja mišljenja, mogli bismo reći da je pisac *Gramatologije* bio u pravu kada je napisao da *na određen način, »mišljenje« ne znači ništa.*²⁸

Nova ekonomija, i društvo znanja, već unaprijed su okrenuti protiv mišljenja koje želi promišljati nekomercijalni smisao nekog znanja. Nova ekonomija znanja želi potpuno ekonomizirati znanje, sam jezik znanja, tako što i znanstvene pojmove želi reducirati na ekonomske pojmove. Ključni pojmovi društvenih znanosti, kao što su: društvo, kultura, identitet, vrijeme, mjesto, tradicija, politika, obrazovanje, moral, religija, vrijednost, odgovornost, demokracija itd., nastoje se prilagoditi administrativno-birokratskom novo-govoru *društva znanja*. Posljedice ove *epistemološke mutacije* – nastale apsolutizacijom društva znanja – navode na zaključak da je nastupio potpuni poraz *kvalitativne metodologije društvenih znanosti*. Najopasnije postignuće ove velike *epistemološke mutacije* je sljedeće: kritičko mišljenje i javno izražavanje sumnje tretiraju se kao nešto nepoželjno, subverzivno, pa čak i opasno. Poslije svega, postalo je očito da se povlaštena priča o globalnom društvu znanja, kome trebamo težiti, i kritičko mišljenje – uzajamno isključuju.

Prvobitni optimizam, s kojim su teoretičari globalizacije 90-ih godina govorili o globalizaciji, zatumljen je globalnim nepravdama koje bogati i moćni nose siromašnima i nemoćnima. Kritičari globalizacijskih teorija zagovornike globalizacije podrugljivo su nazvali službenim promotorima dobrog raspoloženja. U globaliziranom svijetu nasilja i komercijalizacijskog normaliziranja svakog nasilja (kao i nasilja riječima), nije rijetko da lašci lašce nazivaju lašcima, od čega izgleda profitiraju jedino marketinški stručnjaci.²⁹ Pojam ‘globalizacije’, koji se često koristi samo kao parola, postao je toliko prezasićen značenjem da više ne znači skoro ništa. Nastupila je inflacija, točnije hiperinflacija, govora o globalizaciji, koja je dovela do lošeg ugleda samog tog govora. Gramatologijski promatrano, takva situacija nije ništa novo. Derrida je pisao da samo opadanje ugleda riječi ‘govor’ ukazuje i svjedoči o malodušju rječ-

24

P. Bruckner, *Napast nedužnosti*, str. 70–71.

25

K. P. Liessmann, *Teorija neobrazovanosti*, str. 131. Kada bi bilo dopušteno našaliti se, onda bismo mogli reći da bi najefikasniji način ocjenjivanja interne i eksterne kvalitete nastave na sveučilištima nastupio u trenutku kada bi, nekim čudom, bila uvedena zabrana predavanja pomoću svjetlucavih tehnika PowerPointa. Dakako, sve dok našim diskursima, strategijama ophođenja i komunikacije – ukratko našom filozofijom života – dominiraju trendovi nove ekonomije znanja i užurbana ekonomizacija vremena – to se vjerojatno neće dogoditi.

26

K. P. Liessmann, *Teorija neobrazovanosti*, str. 129.

27

Isto, str. 131.

28

J. Derrida, *O gramatologiji*, str. 128.

29

Vidjeti: Seth Godin, *Svi marketinški stručnjaci su lažljivci. Moć kazivanja vjerodostojnih priča u sumnjičavom svijetu*, Naklada Ljevak, Zagreb 2006.

nika, o napasti jeftinog zavođenja, pasivnog prepuštanja pomodnom; znači avangardnu svijest, tj. neznanje. Ova inflacija znaka 'govor' inflacija je znaka samog, apsolutna inflacija, inflacija sama. Međutim, jednom stranom ili jednom sjenkom nje same ona još označava: i ova kriza također je simptom.³⁰

Kada govorimo o globalizaciji, ne možemo govoriti o homogenom kontinuitetu misli o globalizaciji. Veze i prekidi veza između riječi i stvari, teorija i stvarnosti, koncepata i praksi, pokazale su se zamršenijim nego što su modernisti i postmodernisti, strukturalisti i poststrukturalisti mogli i zamisliti. Originalnost strukturalizma, mogla se sastojati u njegovom inzistiranju na označitelju. To inzistiranje uključuje preliminarnu operaciju *koja izdvaja označitelja* kao takvog, kao predmet proučavanja, od onoga što je označeno. U našem slučaju, ono što u različitim diskursima nazivamo *globalizacijom*, funkcionira čas kao *označitelj*, čas kao *označeno*, a čas kao sama *stvarnost*. Pokušaje analiziranja diskurzivne strategije građenja i razgrađivanja problema globalizacije filozofskim postupcima, recimo onim pisanim u znaku strukturalizma ili poststrukturalizma, trebalo bi pohvaliti za odvažnost mišljenja. Možda je velika *diskurzivna mutacija* mišljenja od filozofije do *New managementa* – kao vladajuće, poslovne filozofije današnjeg društva znanja – najbolji primjer što se dogodilo *imenu* 'filozofija' od vremena pisanja *Kritike čistog uma*. Filozofija je oduvijek imala mnogo suparnika koji su željeli zauzeti njeno mjesto. Budućnost filozofije vjerojatno će zavisiti i od toga kako će društvo – buduće društvo znanja – znati razumjeti povijest filozofije, ali i o tome hoće li znati odgovorno povezivati različita znanja i o filozofiji i o njenim suparnicima. *Što je to filozofija?* – to više nije samo pitanje za filozofe. To je pitanje o *odgovornosti mišljenja*. To je nalog da prihvatimo dužnost da na drugačiji način razumijevamo poziv da vraćamo naslijeđeni dug – dužnost da *ne odustanemo* od filozofske tradicije postavljanja pitanja o načinima razumijevanja tog velikog, neotplativog duga:

»Kad se približila našem vremenu, filozofija je sreća mnogo novih suparnika. To su prvo bile nauke o čovjeku, posebno sociologija, koja je htjela da zauzme njeno mjesto. Ali kako je filozofija sve više zanemarivala svoj poziv – stvaranje pojmova – i bježala u Opštosti, nije se više znalo o čemu je uopšte riječ. Treba li odustati od svakog stvaranja pojma u korist jedne stroge nauke o čovjeku ili, naprotiv, promijeniti prirodu pojmova, praviti od njih čas kolektivne predstave, čas koncepcije svijeta koje su stvorili narodi, njihove historijske i duhovne vitalne sile? Zatim je došao red na epistemologiju, lingvistiku, pa čak i psihoanalizu – i na logičku analizu. Od izazova do izazova, filozofija se suočavala sa sve drskijim, sve nezgodnijim suparnicima koje Platon nije mogao da zamisli čak ni u šali. Dno sramote dostignuto je kad su se informatika, marketing, dizajn, javno oglašavanje, sve discipline komunikacije, dočepale same riječi pojam i izjavile: to je naša stvar, mi smo kreativci, mi smo *tvorci pojmova!* Mi smo prijatelji pojma, mi ga unosimo u svoje računare. Informacija i kreativnost, pojam i poduzetništvo: bibliografija je već prilično bogata... Marketing je zadržao predstavu o izvjesnom odnosu između *pojma* i *dogadaja*; ali tu je pojam postao skup prezentacija nekog proizvoda (historijskog, naučnog, umjetničkog, seksualnog, pragmatičkog...), a događaj izlaganje koje uvodi na scenu različite prezentacije i 'razmjenju ideja' povodom njih. Jedini događaji su izlaganja, a jedini pojmovi su proizvodi koji se mogu prodati. Opšte kretanje koje je kritiku zamijenilo *komercijalnom promocijom* i te kako je utjecalo na filozofiju... Ali što se filozofija više sudara sa bestidnim i neotesanim suparnicima, što ih češće susreće u sopstvenom okrilju, to više u njoj raste želja da obavlja svoj zadatak, da stvara pojmove koji su prije aeroliti nego robe. Simulakr, simulacija jednog paketa rezanaca postaje pravi pojam, a prezentator-izlagač proizvoda, robe ili umjetničkog djela, postaje filozof.«³¹

Lažni prijatelji pojma, koji manipuliraju s komercijalnim »brendovima«, postali su istinski neprijatelji mišljenja. *Komercijalizacija znanja i komercijalizacija znanstvenog vokabulara obesmišljavaju pojam filozofije, znanosti, etike, odgovornosti, aksiologije, morala i ekologije što ima dalekosežne posljedice po samorazumijevanje čovjeka i njegovu unutarnju i vanjsku prirodu.*

Glavni tokovi zapadnih znanosti i administratori znanja zastupaju strogo određenu (uvijek reformsku) politiku obrazovanja i takva politika znanja nastoji se nametnuti kao globalna politika znanja. Glavni tokovi u znanostima, ekonomiji i politici izgradili su zavodljiv, međusobno preplićući simbolički univerzum novih znanja, novih paradigmi i novih procedura *legitimiranja znanja*. U takvom simboličkom univerzumu tehnički i informacijski modificirane znanosti – *tehnoznanosti* – zauzimaju povlašteno mjesto u odnosu na druge oblike znanja i iskustva svijeta. Zapadna znanost, zapadno tehnostvenstvo, postalo je globalizirano znanje jer se nametnulo kao globalno znanje. Globalizirano znanje koketira s marketinškom stilizacijom znanja i često se institucionalno nameće kao apsolutno znanje. Marketinško znanje, kao znanje namijenjeno za prodaju, neprestano se širi postajući tako sastavni dio prosječne svijesti ogromnog broja ljudi širom informacijski umreženog svijeta. Marketinško znanje razvija se i pomoću scijentističkih, kvantificirajućih znanosti, potrošačke kulture, medija, reklame, propagande, zavođenja, manipulacije – ono se reklamira i samoreklamira uz pomoć najrazličitijih strategija intelektualnog i emocionalnog »brendiranja« ljudskog mozga, ideologije infantilizma, tehnike i tehnologije. To znanje se pretvorilo u obesmišljeno znanje. Postalo je noseći dio i praktički je nerazdvojno od nove ekonomije znanja koja se promovira u ime uspostavljanja novog globalnog društva znanja. Nova ekonomija znanja želi nametnuti univerzalni monopol na Mudrost. Ona je postala *povlašteno ime za znanje, drugo ime za samo znanje* – nova (znanstvena) paradigma. Riječ je o površnoj paradigmi koja je, uz pomoć benignog eufemizma »globalizacije« – naročito ekonomske globalizacije – promijenila svaki do sada poznati pojam znanja. Teorijsko značenje nove ekonomije znanja, postalo je gotovo nemoguće razlikovati od praktičnog značaja tehnostvenstvene prakse usmjerene k budućem uspostavljanju globalnog društva znanja. 'Ekonomska globalizacija', koja u dominantnim diskursima glavnih tokova funkcionira kao obuhvatni pojam, univerzalna znanstvena paradigma i vrhovni cilj procesa modernizacije svijeta, pretpostavlja realnu mogućnost uspostavljanja 'globalnog društva znanja'. Na toj pretpostavci nastaje i održava se globalna ekonomska, korporativna, komercijalna i u biti *materijalistička slika svijeta* – dominantna slika svijeta suvremenog čovjeka. Jedanaest antiteza o globalizaciji – napisanih u obliku skice – ovdje naznačuju različite diskurzivne mogućnosti preispitivanja *ekonomskog i tržišnog fundamentalizma* – i preispitivanje ekonomije znanja kao nove ideologije:

1.

'Globalizacija' u modernističkoj i postmodernističkoj literaturi, čak i ekonomskoj teoriji, nije jednoznačna, nego cirkulira kao višeznačni relacijski izraz koji ne dopušta jasno razlikovanje između *teorije* i stvarnosti – *nove stvarnosti* koju referira. Hiperglobalisti su skloni nekritički izjednačavati *globalizaciju, globalnu ekonomiju i globalnu stvarnost*. Ohmae čak tvrdi da *globalna ekonomija ima svoju dinamiku i svoju logiku jer više nije teorija, već stvarnost*. Izjednačiti teoriju i stvarnost je paradoks; to znači ukinuti i pojam teorije i pojam stvarnosti, što je besmislica. U sociološkoj literaturi, globalizaciju se, također ne bez paradoksa, dovodi u vezu s projektom i posljedicama modernosti. Tvrdi se da ona nije ništa drugo nego direktna posljedica modernosti i da je modernost imanentno globalizirajuća. Tvrdi se

30
J. Derrida, *O gramatologiji*, str. 13.

31
Gilles Deleuze; Félix Guattari, *Šta je filozofija*, Novi Sad 1995., str. 15–16.

da se svijet sve više, *ubrzano* globalizira. Rijetko se promišlja gramatološki *razlika* između ‘globalizacije’ i *pisanja* o globalizaciji – odnosno razlika između teorije globalizacije i globalizacijske teorije. Površni diskurs o globalizaciji, koji prakticira nova ekonomija znanja, postao je dominantan i popularan. Površnost se suprotstavlja sistematskom i analitičkom mišljenju. Površnost prijeti da hegemonizira i sociološki diskurs. Površnost prijeti da potisne različita kontradiktorna viđenja globalizacije, naročito ona koja ističu paradoksalne i negativne aspekte globalizacije ili uočavaju nekonzistentnost u samom globalizacijskom diskursu. Pomoću prevladavajuće površnosti razumijevanja onoga što se (s) nama ljudima događa, i usprkos prekomjernoj semantičkoj neodređenosti – »globalizacija«, odnosno diskurs o njoj, na *paradoksalan* način zadobila je veliku praktičnu, simboličku, znanstvenu, ekonomsku, kulturnu i političku *moć*, bez obzira izaziva li povjerenje, sumnju ili nešto treće. Stoga je »globalizacija«, kako na razini početnog poimanja i ekspanacije, tako i u dvostruko-hermeneutičkom razumijevanju posljedica modernosti – *paradoksalna*. Jer, *globalizacija kao ishod projekta modernosti ne može biti objašnjena jednostavno prizivanjem globalizacije kao procesa koji teži takvom ishodu*. Ideja globalizacije, kao jedna *ekspanatorna shema* opterećena je teškoćama. Jedan od centralnih elemenata definicije ‘globalizacije’ jest onaj koji insistira na *brzini-ubrzanju*, to jest »sažimanju vremena i prostora«. Ali, ako je sažimanje vremena i prostora, primjerice u Giddensovoj argumentaciji, trebalo biti objašnjeno kao jedna pojavljujuća osobina određenog historijskog tipa društvenih odnosa, onda pojam ‘globalizacija’ ne bi trebao općenito označavati jednu teoriju kao takvu – umjesto toga bi funkcionirao tek kao jedna konstatacija toga koliko se dalekosežno, i na koje načine, ovaj historijski proces razvija. A teoretičari globalizacije (koji su pisali na tragu Giddensa) očito su namjerali učiniti nešto više od ovoga. Tvrdeći da se pojava tog jedinstvenog globalnog prostora kao arene društvenog djelovanja značajno, i po svojim konsekvencama, proteže na druge vrste kauzaliteta kojih se tradicionalno prizivalo da se objasne društveni fenomeni; ekstrapolirajući geografsku dimenziju ovog procesa u jedan alternativni, prostorno-temporalni problem za društvenu znanost; te najzad, suprotstavljajući ovu novu problematiku ne samo konkurentskim gledištima u suvremenim društvenim znanostima, nego također klasičnim temeljima moderne društvene misli kao cjeline – na sve te načine oni su podigli svoje uvide iznad čisto opisne uloge svog koncepta. U strukturi Giddensove argumentacije (Giddens se često smatra začetnikom teorije globalizacije), ono što se inicijalno predstavlja kao *ekspanandum* – globalizacija kao razvojni ishod jednog historijskog procesa – ubrzano je pretvoreno u *ekspanans*: sad globalizacija objašnjava mijenjanje karakter modernog svijeta – te čak generira »retrospektivna otkrića« o prošlim epohama za koje se mora pretpostaviti da ona tada nije postojala. Ova inverzija *ekspanansa* i *ekspananduma* na temelju logike ne može se zanemariti.³²

2.

»Globalizacija« nije samo teorija, nego je to jedina teorija (osim marksizma) koja stvarnost – novu stvarnost – izdiže iznad teorije o stvarnosti, tvrdeći pritom da je upravo globalizacija ta *nova stvarnost*. To je centralni autoreferencijalni paradoks globalizacijske teorije. Taj paradoks teoriju globalizacije ukida kao koherentnu teoriju i pretvara je u ideologiju. Taj paradoks nije moguće artikulirati ni razjasniti služeći se vokabularom ‘nove ekonomije znanja’. Razlog za to je sljedeći: ‘nova ekonomija znanja’, prije epistemološkog i znanstvenog preispitivanja ideje znanja (i samog pitanja »što je to znanje?«),

podrazumijeva da to zna. Štoviše, ona operacionalno djeluje i vrednuje to što tako čini, kao da unaprijed posjeduje univerzalni znanstveni odgovor na to pitanje. Kako bi priskrbila status znanstvenosti, ona se, doduše samo nominalno, poziva na ideju i tradiciju »znanja«, tautološki tvrdeći da je *zasnovana na znanju*. Ali upravo suprotno, nova ekonomija znanja nije nikakva nova znanost, nego je *nova ideologija*. Ideologija se značajno razlikuje od znanosti i znanstvene teorije. Znanstvena teorija prepoznaje svoj vlastiti idealistički (ili naprosto ideacijski) karakter, dok se ideologija pokušava podmetnuti kao zbilja (*sama stvarnost*). Dovoljno je pročitati samo nekoliko knjiga iz područja menadžmenta, menadžmenta u obrazovanju ili menadžmenta u marketingu, koje liče kao jaje jajetu, da bismo se uvjerali da nova ekonomija znanja vulgarizira samu ideju znanja. To čini tako što, sama za sebe, potpuno nekritički, tvrdi da je zasnovana na znanju, želeći to cirkularno znanje univerzalizirati – nametnuti svim drugim oblicima mišljenja i iskustva svijeta. Upravo ta zavodljiva tautologija, na kojoj se producira i reproducira i distribuira *znanje (o znanju) nove ekonomije znanja*, cijelu tu stvar čini vrlo sumnjivom, neznanstvenom.

3.

‘Globalizacija’ nije neutralan, nepristran opis svijeta nego je veoma pristran opis nerazdvojan od ekonomske (točnije ekonomimetičke) i simboličke *moći nametanja* dominantne slike svijeta, te je utoliko nerazdvojna od neodgovornog manipuliranja znakovima i samom idejom znanja što je, na kraju krajeva, čini vrhunskim oblikom komercijalno angažirane teorijsko-praktične i pragmatičke ideologije. U većini slučajeva, pa tako i u ovom, ideologije služe sebi samima i funkcija su materijalnih i simboličkih interesa vladajućih skupina. U tom smislu i ideologija nove ekonomije znanja nadzire sredstva za proizvodnju pa i sredstva za (re)produkciju ideja. Ideologija nove ekonomije znanja samu ideju znanja reducira na ekonomsku ideju znanja. Ekonomska ideja znanja nastoji se nametnuti kao univerzalni model znanja. Stoga sintagma ‘društvo znanja’ – odnosno ‘globalno društvo znanja’ – koja se u komercijalnim diskursima o globalizaciji potpuno nekritički koristi, predstavlja *prazno mjesto znanja o globalizaciji*.

4.

Nova ekonomija znanja – pomoću nove politike znanja, komercijalizacije medija i merkantilizacije obrazovanja – sposobna je učiniti da oni nad kojima vlada manje-više prihvate i njezinu ideologiju kao neprikosnoveno znanje o »prirodnom« stanju stvari. Stoga ne možemo raskrinkati način funkcioniranja ideologije na kojoj se uzdiže zgrada nove ekonomije znanja, a da prije toga ne ispitamo ulogu društveno-kulturnog znanja i druga zajednička uvjerenja koja su »zajednički temelj« obrazovanja i reprodukcije ideje znanja. Nije slučajno da diskurs nove ekonomije znanja ne samo izbjegava, nego potpuno ignorira cjelokupno nasljeđe epistemologije i kritičkog preispitivanja ideje znanja.

32

U polemikom, indikativno naslovljenom djelu *The Follies of Globalisation Theory: Polemical Essays* (London & New York, 2000.), Justin Rosenberg, imanentnom analizom teksta, analizira i komparira strukturu diskursa i načine pisanja o globalizaciji – u djelima Jan Aarta Scholtea, Roba Walkera i Anthony Gid-

densa. Rosenberg dokazuje tezu da suvremene društvene znanosti, u svojim aspiracijama prema prostorno-temporalnoj problematici, stoje na samoj ivici logičkog zahtjeva za koherentnošću, i da – u globalizacijskoj teoriji – one i prelaze tu granicu.

Nova ekonomija znanja, po kratkom postupku, ideju znanja svodi na tzv. *čistu ekonomiju* (vulgarno ekonomiziranje, manipuliranje i kalkuliranje /s/ idejom znanja). Krajnja posljedica ekonomiziranja (ideje) znanja jest simboličko pretvaranje filozofije, kao kraljice mudrosti, u poslovnu filozofiju uspjeha. »Istina«, »Dobrota« i »Vrijednost«, u povlaštenom vokabularu poslovne filozofije uspjeha – prestaju važiti kao filozofske ideje. Vrijeme se pretvara u *Novac*. Prostor u *Tržište*. Čovjek u *Potrošača*. A dobro postaje *Roba*. Posljedica toga je da su jedine vrijednosti koje poznaje ta ekonomija, kao ekonomija znanja – *Cijene*. Nova ekonomija znanja – koja samu sebe reklamira, promovira i *samolegitimira* kao ekonomiju zasnovana na znanju – tako postaje *istinska metafizika bez istine*. Dakle, to nije aristotelijanska ili skolastička metafizika, nego komercijalna *metafizika dobrog raspoloženja*. Potpuno nova društvena metafizika: bezbrižna, *cool* metafizika, koja prije pitanja ima komercijalne odgovore na najkrupnija metafizička pitanja. Zbog svoje opijenosti uživanjem, infantilnim zadovoljavanjem Potreba (u stilu: *Ti to zaslužuješ*), apsolutnom pohlepom za novcem i uspjehom po svaku cijenu, ta nova društvene metafizika napušta staru zadaću vjekovne potrage za Istinom. To je destruktivna metafizika obogotvorenja trgovine i tržišta i ona vrlo uspješno mortificira ideju humanizma, humanističkog obrazovanja i samu ideju znanja. Popularno i znanstveno, sasvim svejedno, ona samu sebe, potpuno bestidno, naziva 'novom ekonomijom znanja'. U takvoj ekonomiji, vrijeme postaje *Novac*, prostor se shvaća samo kao *Tržište*, a mišljenje postaje *Financijska kalkulacija* nerazdvojna od *špekulacija* i *bestežinske ekonomije*. Na mnogo načina, moguće je pokazati da s trijumfom nove ekonomije znanja i poslovne filozofije uspjeha (menadžmenta) još jednom preživljavamo »smrt filozofije« i »kraj mišljenja« kakve smo do sada poznavali. Ne radi se o smjeni znanstvenih paradigmi, nego o velikoj transformaciji mišljenja i svijeta života uopće. Ukupne društvene posljedice ove velike transformacije nije moguće sagledati bez doze straha pred novim barbarstvom – jednom potpuno novom i zavodljivom *neodgovornošću* diskursa i diskurzivnog djelovanja.

5.

Globalizaciju nije moguće, na neproblematičan način, proglasiti novom znanstvenom paradigmom. »Postkuhnovske« znanosti pokazuju da je posljednjih nekoliko desetljeća sam pojam znanstvene paradigme postao toliko neodređen i prezasićen značenjem da je neproblematična upotreba pojma 'paradigma' više štetna nego znanstveno korisna. Ako se globalizacija, u povlaštenim diskursima nove ekonomije znanja, samolegitimira kao nova znanstvena paradigma, onda to više govori o tome koju vrstu znanja danas smatramo znanstvenom, nego što omogućava, odnosno onemogućava, da isporučimo jednu neutralnu i strogu znanstvenu istinu o »globalizaciji«. Znanosti više nisu potpuno autonomne u određivanju svojih znanstvenih paradigmi. One nisu odvojene od tehnologije, industrije i velikog *businessa* gdje se nalaze izvori moći i financijska sredstva neophodna za znanstvena za istraživanja.

»Veliko dio suvremene znanosti više nije normalna znanost u Kuhnovom smislu (...) Stara paradigma znanosti koja je pružala sigurnost i pouzdanje više ne vrijedi. Znanost je prešla u post-normalnu fazu u kojoj su činjenice nesigurne, vrijednosti sporne, ulozi visoki, a odluke hitne.«³³

Konvencionalne paradigme mogu vrijediti u situacijama s niskom razinom neizvjesnosti i rizika, ali ne i u slučajevima genetskog inženjeringa ili kloniranja ljudi. Panika znanstvenika, prema Sardaru, ima duboke korijene u toj

stvarnosti – promjenjivoj paradigmi koja time mijenja kontekst znanosti i na čelo stavlja neizvjesnosti svojstvene kompleksnim sustavima. Dakako, ostaje veliki interdisciplinarni metodološki problem oko razumijevanja i upotrebe pojma ‘neizvjesnost’. U povlaštenom vokabularu nove ekonomije znanja i menadžmenta *neizvjesnost* funkcionira kao ključna riječ.

6.

Terminološko razlikovanje ‘globalizacije’, ‘globalnosti’ i ‘globaliteta’ nije dostatan način da, iz povlaštenih shvaćanja globalizacije, otklonimo dubinske paradokse diskursa o globalizaciji koje smo već naveli. Diskurs o globalizaciji nije dobro shvatiti kao novu svjetsku mudrost, kako se to čini u komercijaliziranim promocijama novog *menadžmenta za čovječanstvo*. Vokabular kojim se koristi teorija i praksa menadžmenta predstavlja dubiozan pokušaj da se poslije »smrti velikih naracija«, brže-bolje, bez ostatka, isporuči »riješena zagonetka historije čovječanstva«. Veći je problem u tome što je sve globalizirano osim naše suglasnosti i demokracije. Također, problem globalizacije se može promatrati i kao problem sve većeg globaliziranja nasilja, simboličkog i stvarnog. Ako unutar nove ekonomije nismo u stanju razlučiti je li globalizacija *teorija* ili je *stvarnost* (sama stvarnost), onda možda postaje manje bitno da se iscrpljujemo oko terminoloških razlika između ‘globalizacije’, ‘globalnosti’ i ‘globaliteta’, jer sva tri izraza, u površnijim komercijalnim diskursima, već funkcioniraju kao dio ideologije tržišnog fundamentalizma i *samo bliski* pomoćni izrazi u službi izgradnje globalnog društva znanja.

7.

Globalizacija nosi pozitivne i negativne strane i mogućnosti. To je doslovno čini proturječnom, otvorenom i neizvjesnom. Pogrešno je pitati jesmo li »za« ili »protiv« globalizacije. Jer, ne radi se o utakmici povodom koje trebamo navijati, nego o *Pozornici* o kojoj trebamo odgovorno misliti. Prije bismo mogli reći da trebamo, na planetarnoj razini, iznova učiti postavljati pitanja o tome »tko smo mi«, a »tko su Drugi«, da trebamo učiti odgovorno misliti našu zajedničku egzistenciju na Zemlji, a to znači da trebamo iznova učiti epistemološki odgovorno promišljati ono što se (s) nama *dogada* svaki puta kada (se) na naše živote djeluje u ime globalizacije i globalnog društva znanja. Tko smo »mi« u različitim diskursima o globalizaciji. Izrazi poput »prvog«, »drugog« ili »trećeg svijeta« nisu više primjereni. Možemo li, na koherentan način, govoriti o »kolonizatorima« i »koloniziranim« u dosluhu s postkolonijalnim strategijama pisanja? Možemo li, na znanstveno legitiman način, u istoj rečenici govoriti o bogatim i siromašnim upotrebljavajući obmanjujuću zamjenicu »mi«? Primjer:

»Kako je istaknuo vođa američkih indijanaca, Guaciaipuro Cuautemoc, između 1503. i 1660. godine iz Latinske Amerike u Europu prevezeno je sto osamdeset pet tisuća kilograma zlata i šesnaest milijuna kilograma srebra. Cuautemoc tvrdi da njegov narod taj prijenos ne bi trebao smatrati ratnim zločinom nego ‘prvim u nizu prijateljskih zajmova koje je Amerika dala za razvoj Europe’. Kad bi latinskoamerički starosjedioci na taj zajam zaračunali složene kamate, po umjerenij stopi od deset posto, količina zlata i srebra koju bi im Europa dugovala premašivala bi težinu Zemlje.«³⁴

33

Ziauddin Sardar, *Thomas Kuhn i ratovi znanosti*, Jesenski i Turk, Zagreb 2001., str. 63.

34

George Monbiot, *Doba dogovora*, Algoritam, Zagreb 2006., str. 109.

8.

Globalizacija, odnosno globalizacijski diskurs, na *nepredvidiv način* mijenja »našu buduću prošlost«; značenje (pred)globalizacijskih, kao i postglobalizacijskih, diskursa o nama samima, kao i o ljudskom identitetu, društvu, čovjeku, prirodi, kulturi, politici, ekonomiji (novoj ekonomiji znanja), životu, biokolonijalizmu i biopolitici uopće. Znanstvena dostignuća, omogućena pozitivnim znanstvenim napretkom – najdramatičnije ona u molekularnoj genetici i biotehnologiji – ne zanimaju samo znanstvenike u prirodnim znanostima. Takva dostignuća postaju predmet društvenog, etičkog, bioetičkog, eugeničkog i moralnog interesiranja ljudi koji se ne bave prirodnim znanostima. Prirodne znanosti i društvene znanosti, u današnje doba *nedostatka globalnog dogovora*, dijele mnoge zajedničke dileme koje se tiču planiranja budućnosti – *budućeg izgleda* i opstanka čovječanstva. Prirodne znanosti također tematiziraju određene aspekte *globalizacije*, s tom činjenicom da se epistemološkom dimenzijom globalizacije bave na mnogo različitih, »nanotehnološki« povezanih načina. Ti načini pokazuju da se biotehnologija i informatičke znanosti približavaju. Dok to čine, možemo pretpostaviti da one postaju svjesnije i, nadamo se, odgovornije naspram mogućih društvenih posljedica njihovih *otkrića (izuma)*, čime pitanje Odgovornosti izbija u prvi plan. Mogućnost stvaranja genetički promijenjenih živih bića ostvarene su naglo posljednjih godina i većina ljudi još nije svjesna dosega manipulacije životom. Ako, primjerice, čitamo i analiziramo Rifkinovo djelo *Biotehnološko stoljeće: Trgovina genima u osvit vrlog novog svijeta*,³⁵ u kontekstu ranijih debata o globalizaciji, onda se možemo uvjeriti da epistemološke razlike između *teorije globalizacije* i *globalizacijske teorije*, o kojima smo govorili povodom Rosenbergove kritike glavnih tokova razumijevanja globalizacije, gube svoju metafizičku privlačnost. Zabrinutost ili strah za sudbinu čovječanstva nisu dobri saveznici ni znanstvenicima ni (bio)etičarima, ali strah postaje saveznik ako znamo da globalne korporacije koje trguju, ili namjeravaju trgovati ljudskim genima, nemaju drugih *izazova* osim onih koji se javljaju zbog *grabežljive trke za profitom* – pod svaku cijenu. Pitanje onda glasi: *koliko košta ljudski život ili njegovo poboljšanje?* Ili, da to izrazimo popularnim jezikom, preuzetim iz vokabulara obrazovnih politika internog i eksternog osiguranja kvalitete – pitanje onda glasi: koje, dakle, indikatore za poboljšanje kvalitete (odnosno koje indikatore za poboljšanje samih indikatora) primijeniti da bismo preispitali etičke aspekte patentiranja gena u *komercijalne* svrhe? Može li nam pomoći nova ekonomija znanja i *New management?* I tko smo to »mi« u različitim diskursima o globalizaciji, globalizaciji znanja i globalizaciji ne znanja – u globalnoj ekonomiji (znanja)?

9.

Globalizacija na mnogo načina mijenja ili čak i ukida tradicionalno povučene granice između društvenih i humanističkih, pa čak (do neke mjere) i prirodnih disciplina, čineći pojam 'Društva', kao temeljni pojam društvenih znanosti ispražnjenim. »Globalno društvo znanja«, o kojemu govori nova ekonomija znanja, ukoliko ne želi postati *najmračnija dogma*, ne može se adekvatno analizirati polazeći samo od jedne znanstvene discipline, naročito ako ona samo *obogotvoruje profit*. A ekonomija upravo to čini. Ekonomija, u liku nove ekonomije znanja, nastoji se nametnuti kao *apsolutno znanje* (znanje o znanju koje isključuje svako neznanje); to jest, kao znanost svih znanosti – disciplina iznad svih disciplina. Najočitiiji je primjer slavodobitno izjednačavanje i zamjenjivanje *tržišne ekonomije* i *tržišnog društva*, što je vrhunac neodgovornosti. Globalno društvo, o kojemu govori ekonomija znanja, provodi simboličko nasilje nad čovjekom, tako što ga pretvara u neobično dobro razmjenjivu robu. Simboličko nasilje je, doduše, »blago i maskirano« i

provodi se uz privolu onih koji ga trpe. Ono je »sračunato na umove, a ne na tijela. U akademskom svijetu katkad se očituje kao *diskurs autoriteta* ili kao *riječ učitelja*.«³⁶ Za razliku od autoriteta Immanuela Kanta, koji je o vremenu govorio u kontekstu *transcendentalne estetike*, ekonomija znanja o vremenu govori u kontekstu autoriteta Novca. Teško bi bilo dokazati da ta dva govora govore o istom, ali nije dovoljno konstatirati ni da govore o različitom. U pitanju su, izgleda ponovo, *mistični temelji autoriteta*. Radi se o upadima prekida – *diskontinuitetima* koji radikalno narušavaju masivne i homogene manifestacije mišljenja. Status i narav tih prekida tek bi trebalo otkriti. Ti prekidi pokazuju da historija pojmova nije historija njihovog progresivnog istančavanja, nego historija njegovih različitih polja konstitucije i važenja. Stoga je potrebno reaktualizirati ispitivanja kompleksnih veza i odnosa između različitih poredaka diskursa i moći pomoću koje se ti diskursi konstituiraju i međusobno nadopunjavaju ili isključuju. Ta pitanja je, u drugačijim konstelacijama ispitivanja moći, dalekosežno otvorio Foucault kada je tražio odgovore na pitanja: kako specificirati različite pojmove koji omogućavaju da se misli diskontinuitet (prag, raskid, prelom, mutacija, preobražaj)?³⁷

10.

Globalizaciju nije dovoljno analizirati samo kao linearnu, monokauzalnu posljednicu modernističkog projekta napretka, rasta i razvoja, nego i kao »poziv na uzbunu« – upozoravajući znak *krize razumijevanja* napretka, rasta i razvoja. Razvijenost nekog pojedinačnog, ili globalnog društva, mogla bi se, u jednom kvalitativno drugačijem kontekstu *metafizičke mutacije* (George Monbiot), ocjenjivati s obzirom na pitanja globalne solidarnosti, zdravlja, kvalitete života, slobodnog vremena, sigurnosti, blagostanja, rizika globalnog zagrijavanja, rizika konzumiranja genetski modificirane hrane, kvalitete obrazovanja, kvalitete zdravstvene zaštite, ljudskog dostojanstva, zdravih međuljudskih odnosa i života u skladu s prirodom. Kritički orijentirani ekonomisti, već dugo, radikalno osporavaju konvencionalni instrument za mjerenje rasta i razvoja poznat kao Bruto nacionalni proizvod (BNP). Tvrdi da je BNP izopačen, da podržava *ekonomski fundamentalizam*. Tvrdi da BNP ne odražava samo krizu vremena nego i uskogrudne pretpostavke ekonomista. Posljednjih godina traže se prikladne alternative BNP-u, kao što su: Indeks održivog ekonomskog blagostanja (The Index of Sustainable Economic Welfare, ISEF); stvarni pokazatelj napretka (The Genuine Progress Indicator, GPI); Fordhamov indeks društvenog zdravlja (The Fordham Index of Social Health, FISH); UN-ov indeks razvoja čovjeka (The UN's Human Development Index, HDI) i indeks ekonomskog blagostanja (The Index of Economic Well-Being, IEWB) spadaju među popularnije pokazatelje. Svakim od ovih pokazatelja nastojalo se odrediti »stvarno« poboljšanje ljudskog blagostanja.³⁸ Tajna je zašto tisak

35

Jeremy Rifkin, *Biotehnoško stoljeće*, Hrvatsko sociološko društvo, Zagreb 1999.

36

Rade Kalanj, *Globalizacija i postmodernost*, Politička kultura, Zagreb 2004., str. 177.

37

Mišel Fuko, *Arheologija znanja*, Izdavačka knjižarnica Zorana Stojanovića, Novi Sad 1998., str. 10.

38

FISH mjeri šesnaest društveno-ekonomskih pokazatelja, uključivši smrtnost novorođenčadi, nasilje nad djecom, siromaštvo među djecom, samoubojstva među adolescentima, zloupotrebu droga, visoku stopu prekida srednjoškolskog obrazovanja, prosječna tjedna primanja, nezaposlenost, troškove zdravstvenog osiguranja, siromaštvo među starijom populacijom, ubojstva, smještaj i nejednakosti u primanjima. Više o tome u: Jeremy Rifkin, *Europski san: kako europska vizija budućnosti polako zasjenjuje američki san*, Školska knjiga, Zagreb 2006., str. 93–95.

i javne interesne zajednice nisu razotkrile BNP kao statističku prijevaru, što ona, zapravo, i jest – pitaju kritičari.³⁹ BNP je obmanjujući izraz ekonomskog scijentizma, tržišnog fundamentalizma, ideologije slobodnog tržišta i zvanične ekonomske ortodoksije – *predrasuda svih ekonomskih predrasuda*. BNP je statistička obmana – *najopasniji mit »društva znanja« i takozvane »nove spoznajne ekonomije« zasnovane na 'znanju'*.⁴⁰ Austrijski ekonomist, Friedrich August Hayek (dobitnik Nobelove nagrade 1974.) upotrebljavao je izraz *scijentistička predrasuda* da bi istaknuo metodološke i hermeneutičke opasnosti zamjenjivanja »pojmovna« (ili teorija) i činjenica:

»Posebne teškoće društvenih nauka i mnoge konfuzije o njihovom karakteru potiču tačno iz činjenice da se ideje o njima pojavljuju u dva oblika, kao djelo svog objekta i kao ideje o objektu.«⁴¹

Problem značenja i društvenih učinaka upotrebe pojmova je *bitan*, epohalan, presudan – problem je u tome što se danas, u vrijeme marketinga, menadžmenta (a to znači upravljanja, a ne mišljenja), u vrijeme tržišnih centara, globalne ideologije nogometnih utakmica, za vrijeme reciklaže reklama i sapunica, mode sportskih kladionica, virtualnih »parlaonica«, stvarnog i simboličkog nasilja⁴² itd. – tradicionalni smisao morala, etike i ekologije, kao i smisao filozofije istinskog razvoja, sve se više gubi ili se gotovo potpuno izgubio. Privredni rast danas generalno znači više komercijalizacije i više potrošačkog mentaliteta, više zagađenja, veću centralizaciju, veće otuđenje – i manje resursa za siromašne kojima su najpotrebniji. Tko onda može, ili tko smije, sumnjati u kvantitativnu validnost BNP-a kao objektivnog i službenog mjerila progressa, napretka, rasta i razvoja?

11.

Postoji mišljenje da postoji progresivni napredak u eksploataciji i poniženju siromašnih i nemoćnih, što se konstantno vrši od strane bogatih i moćnih. Takvo mišljenje polazi od toga da globalizacija demokracije, solidarnosti i pravde, kakva bi trebala postojati, još ne postoji. Takvo mišljenje zastupa George Monbiot i desetci milijuna ljudi na koje se poziva ovaj autor u *Dobu dogovora*. Ključna teza *Doba dogovora* može se shvatiti kao revolucionarna antiteza vladajućim shvaćanjima globalizacije. Stoga je ovdje ukratko reinterpetiramo kao posljednju, jedanaestu antitezu. Monbiot, dakle, tvrdi da je sve globalizirano osim naše suglasnosti, odnosno istinske demokracije. Živimo u *dobu prisile*, lošem dobu koje treba biti zamijenjeno *dobom dogovora*. Šačica ljudi iz najbogatijih zemalja preuzela je globalne ovlasti pomoću kojih određuje način života ostatku svijeta. Ključne međunarodne finansijske institucije poput Svjetske banke i MMF-a nisu ustvari međunarodne u pravom smislu te riječi. Nisu međunarodne jer »prave prisilne programe koji omogućavaju onima koji imaju novac da naređuju onima koji ga nemaju što moraju činiti kako bi ga dobili.«⁴³ Monbiot smatra da su se Svjetska banka i MMF toliko udomaćili u siromašnim zemljama da ponegdje određuju koju bi marku računala škole morale kupiti.⁴⁴ Monbiot tvrdi da je sramota da se kolonije, čije se bogatstvo pljačka petsto godina, smatraju dužnicima bogatih zemalja, i to velikim dužnicima koji bankama i finansijskim ustanovama bogatih zemalja u ime otplate duga šalju 382 milijarde dolara na godinu, što je novac kojim se moglo nahraniti gladne, dati krov nad glavom siromašnima, osigurati zdravstvenu skrb, obrazovanje, pitku vodu, prijevoz i mirovine za one koji ne uživaju ni jednu od tih blagodati. Sramota je to za sve nas koji od toga imamo koristi. Sramota koja ne prestaje zahvaljujući upravo onom sustavu koji ju je trebao, barem nam tako kažu, dokinuti.⁴⁵ Zbog toga za bogate vrijedi jedno, a za siromašne dru-

go. Dok se siromašne zemlje u uzaludnom nastojanju da otplate svoje dugove tjeraju na prosjački štap, najveći dužnik – Sjedinjene Američke Države – koji ukupno duguje 2,2 bilijuna dolara, može raditi što ga je volja: nisu mu nametnuti nikakvi stabilizacijski programi, niti kontrola inflacije, niti je prisiljen na liberalizaciju. Zaduženost u Americi, piše Monbiot, nije uzrokovala gospodarski slom među ostalim i zato što MMF i Svjetska banka inzistiraju da devizne pričuve, koje druge zemlje drže kako bi se obranile od špekulativnih napada, budu u dolarima. Time se učvršćuje položaj dolara kao dominantne svjetske valute, na umjetan mu se način povećava vrijednost, a Sjedinjenim Državama omogućuje da iz siromašnih zemalja izvlače veliku, trostruku korist. Monbiot smatra da je Svjetska banka namjerno postala jedan od najvažnijih uzročnika siromaštva, uništavanja okoliša i zaduženosti u siromašnom dijelu svijeta.⁴⁶ Dakako, važno je imati na umu da ekscesno ponašanje SAD-a nema nikakve veze s američkim narodom.⁴⁷ Masovni mediji koji sustavno iskrivljuju naše viđenje upravljanja svijetom jedna su od najvećih prepreka slobodi demokratskog izbora. Stoga treba uvesti konkurentne izvore informiranja i to je najviše što se može učiniti. *Doba dogovora* izlaže alternativno viđenje globalizacije zalažući se za aktivistički pokret koji bi se zasnivao na pravu na različitost i globalnoj solidarnosti svih ljudi cijelog svijeta za što je potrebna velika *metafizička mutacija*. Pokret se zalaže za osnivanje svjetskog parlamenta koji ne bi trebalo opterećivati ni predsjednikom ni kabinetom. Tijelo koje bismo stvorili, prema Monbiotovom mišljenju, imalo bi nešto čime se ne može pohvaliti ni jedna druga globalna ili međunarodna ustanova – *legitimnost*. Kad je riječ o teoriji globalizacije, Monbiot smatra da globalizacija ne znači gotovo ništa: »taj je termin postao toliko neodređen da više ne znači gotovo ništa; njime se opisuje sve i svašta, od globalnog terorizma do svjetske glazbe.«⁴⁸ Stoga je, pored riječi, uvijek potrebno i nešto drugo. »Epistemološka mutacija«, o kojoj piše Monbiot, odnosi se na novu situaciju riječi – onu koja nastaje iz gubitka povjerenja u prazne riječi. Mutacija se *događa* tamo gdje postoji fuziju ljudskih interesa. A filozofiju interesa i dalje čitamo na tragu Jonasovog zahtjeva da ljudi bude, i da ih bude više.

39

Jerry Mander i Edward Goldsmith (ur.), *Potreba za novim mjerilima progresu*, Clio, Beograd 2003., str. 194–207.

40

Zlatan Delić, »'Društvo znanja' – nova paradigma ili nova ideologija?«, u: Bahrija Umihanić (ur.), *Finansije u društvu znanja i savremenoj poslovnoj praksi*, Univerzitet u Tuzli, Ekonomski fakultet, Tuzla 2007., str. 148–172.

41

Fridrih August Hajek, *Kontrarevolucija nauke*, CID, Podgorica 1999., str. 15, 35.

42

George Myerson, *Heidegger, Habermas i mobilite*, Naklada Jesenski i Turk, Zagreb 2001.

43

George Monbiot, *Doba dogovora*, str. 105.

44

Isto, str. 63.

45

Isto, str. 109.

46

Isto, str. 103–107.

47

Isto, str. 94.

48

Isto, str. 24.

Zlatan Delić

**Globalization, Power and Knowledge Policy:
Eleven Antitheses on Globalization**

Abstract

This work is about social and epistemological criticism of globalization (“hyperglobalization”) that functions as a privileged image of the world or a privileged paradigm. The relationship between globalization and power, and/or globalization and knowledge policy is analyzed in this work by proceeding from the crisis of knowledge legitimacy – the crisis of the purpose, role and social function of university as the highest institution of knowledge. At the beginning of modernity, knowledge was designated as power. At the end of modernity, in the global society of knowledge, the very power – the power of imposing knowledge in the form of technical science – prescribes what is to be treated, tested and acknowledged as knowledge itself. Eleven crucial statements on globalization are expressed in the form of grammatically supplementing antitheses on the contradictory dynamics created by mutual interweaving of the (global) knowledge policy, power and the market fundamentalism ideology. Most of these antitheses result from a deliberate opposition to the hyper capitalist ideology of market fundamentalism. This ideology is settled in the very basis of the predominant economical notion on globalization. The aim of this work is to re-examine critically the widespread popularity of the positivist narration on globalization, especially when related to “global society of knowledge” and “new economy of knowledge”.

The problem is that the dominant economic-mimetic conception of globalization presumes in a highly uncritical way that the positivist use of the term globalization is self-understandable, coherent, uncomplicated, legitimate and justified. On the contrary, globalization does not appear as a clear, but a very ambiguous “term”, “concept”, “paradigm” etc. Our work results from the conviction that it is not possible to legitimate globalization scientifically as a new scientific paradigm. Therefore, the fact that globalization gathers enormous power within the main streams of science represents a special auto-referential paradox. The contemporary economical globalization is a result of mutual activities in the form of a scientific, technical-technological, symbolical (economical, cultural, political etc.) and real predominance of a certain commercializing and globalizing discourse, globalizes institutions of knowledge and other mechanisms. These mechanisms impose, promote, create, re-create and support globalization as a unique project carried out in the name of establishing a new “global society of knowledge”.

Key words

globalization, power, knowledge policy, modernity, post/modernity