

UDK 316.774(049.3)

Primljeno: 20. 03. 2023.

Stručni rad
Professional paper

Amina Vatreš

OD ISTINE DO NUŽNIH ILUZIJA: FILOZOFSKI I SOCIOLOŠKI POGLEDI NA MOĆ MASOVNIH MEDIJA

(Fahira Fejzić-Čengić i Halima Sofradžija: *Uvod u studije medija: Priručnik za predmete Filozofija medija i Sociologija medija, Fakultet političkih nauka, Sarajevo, 2022*)

Knjiga *Uvod u studije medija* temeljena je ponajprije na interpretativnom povezivanju empirijskih činjenica savremene društvene stvarnosti sa bogatim teorijskim opusom, što je dugoročno relevantnim djelom. Riječ je o priručniku koji pruža uvid u globalno poznata i referentna djela iz filozofsko-sociološke teorije medija upućujući pri tome i na znanja za kojima je moguće dodatno tragati u okvirima proširene literature. Kao takva knjiga je putokaz ka otvaranju kritičke svijesti savremenih medijskih recipijenata o reperkusijama utjecaja masovnih medija, kao i promišljanju transformacije medija iz pozicije korektiva društva ka trenutno dominantnoj paradigmi kreatora stvarnosti.

Savremena kretanja i događaji, pa i pseudo-događaji, kako ih označava Boorstin, nedvosmisleno i znakovito pokazuju da sociološku i filozofsku dimenziju masmedijskog djelovanja valja pozicionirati u samo središte kritičkih rasprava, kako o direktnom, tako i o njihovom implicitnom i latentnom utjecaju na savremenu, naizgled oksimoronski označenu *kulturu stvarne virtualnosti* (str. 153.). Shodno navedenom, nužnom se ukazuje potreba za interdiscipliniranim propitivanjem savremenih medijskih institucija i kao i kritičke vivisekcije savremenih medijskih konzumenata, odnosno Lippmanovim riječima kazano, “zburnjenog stada”.

Čini se iznimno značajnim naglasiti i činjenicu da ovo djelo pruža širok obim razmatranja raznorodnih aspekata medijskog utjecaja počevši od metafizičke, preko

simboličke (Baudrillard) do političko-društvene dimenzije (Chomsky). Na tragu zamagljivanja distinkcije između virtualnog i stvarnog, pa konsekvatno tome i proizvodnje pristanka i “simulirane” stvarnosti, u inicijalnom poglavlju knjiga pruža se uvid u promišljanja Nenada Vertovška i analizu sve relevantnije kritike savremenih masovnih medija Noama Chomskog.

„Kontrola mnijenja u suvremenom društvu kao općem terminu, pa i onim pojedinačnim društvima koja pretendiraju da ih se naziva demokratskima, nemoguća je bez cjelovita sustava proizvodnje neophodnih iluzija koje su i stvorene da pojačaju društvenu kontrolu i sustav društvenog upravljanja” (str. 12), zaključuje Vertovšek.

U tom smislu suštinska masmedijska moć ogleda se prevashodno u uspostavljanju nerijetko neprimjetnih pravila i granica poglavito kada je riječ o kritičkom promišljanju javnosti.

O značaju promišljanja savremene društvene zbilje iz pozicije različitih naučnih disciplina koje propituju proces medijizacije društva, ali i same ljudske egzistencije u okviru masmedijske sfere, u drugom poglavlju „Kao ribe u vodi: Ka filozofiji medija ili kako opstati s medijima”, autorica Fejzić-Čengić ustanovljava možda i esencijalni cilj spomenutih disciplina:

“Zato je pravi misaoni zadatak komunikologije, mediologije, medijske kulture ili filozofije medija da prozru ove producerske nakane ranije i da utječu na njih sa svom puninom i snagom originalnog mišljenja i kreativnosti. Jer oni su posljednja brana koja, ako popusti, ako ne primijeti obmanu, neće biti nikoga ko to može/će to moći prozreti. Ako, naime, suštinski mislimo nove medije, bit ćemo u stanju da prozremo nakane svjetskih producenata zabave i industrije snova” (str. 51-52).

Treće poglavlje, kao fragment knjige *Medijska globalizacija svijeta* (2004) autorice Fejzić-Čengić orijentirano je ka teorijskom mapiranju ambijentalne dimenzije traganja za istinom informacije, kao i pozicije novinarstva u svojevrsnom jazu između imperativa etike odgovornosti i etike konačnog cilja.

Kultura umreženog društva, mreža finansijskog kapitala (“metamreža”), diskrepancija u odnosu posredujuće slike stvarnosti i neposredne percepcije stvarnosti, izgradnja društvenog identiteta i alijenacija neumreženih predmetom su teorijskog razmatranja četvrtog poglavlja ovog djela. U tom smislu Manuel Castells problematizira uspon kulture masovnih medija u rasponu od Gutenbergove do McLuhanove galaktike nagovještavajući pritom ulazak u jednu potpuno novu fazu komunikacijskog ekosistema te pružajući vizionarsku analizu medijske diverzifikacije i postepenog prelaska iz masovnog u novonastajuće “segmentirano” društvo.

U okviru petog poglavlja čitaocima su na uvid dati krucijalni dijelovi knjige *Hiperpolitika i savremeno društvo – proces tehniziranja svijeta* autorice Halime Sofradžije. Estetizacija politike, dijalektika tehnike (V. Höfle), dominacija slike nad riječju te s tim povezana pobjeda fikcije nad faksijom u horizontima bodrijarovski nominirane hiperrealnosti – angažiranom istraživaču i čitaocu nude mnoštvo tema za promišljanje.

Šesto poglavlje knjige “Mediokracija, medijska kolonizacija politike” ponajprije je posvećeno logici masovnih medija u procesu valorizacije i filtriranja na svim stepenima masmedijskog posredovanja vijesti i događaja, kao i kompleksnom procesu medijskog insceniranja, posebice u domeni politike. Thomas Meyer u tom smislu pruža i uvid u relevantna empirijska istraživanja koja se tiču samih činilaca i selekcijskih kriterija vijesti, te posebno razmatra infotainment kao novi efektivan žanr diseminacije politički označenih vijesti.

“Masmediji – zatvor bez zidova” i “Masovna proizvodnja narcizma” profesora Seada Alića, kao već nezaobilazna štiva ozbiljnijeg bavljenja teorijama masovnih komunikacija, napose onih sociološko-filozofske profilacije, našli su se dijelom sedmog i osmog poglavlja knjige. O nerijetko potisnutoj i nedovoljno osviještenoj odgovornosti savremenog čovjeka u stvarnosti utjelovljenoj ‘zatvorima bez zidova’ najbolje govori Alićeva misao:

“Umreženi i informirani, upućeni i prikopčani, danas smo svi suodgovornici sudbine svijeta o kojoj će ponajviše odlučivati upravo svijest o medijima, njihovom zavođenju, iskorištavanju, programiranju, manipuliranju, njihovoj povezanosti s interesima biznisa ili politike”. (str. 245)

Akribično deveto poglavlje “Masovni mediji, politika i demokratija” posvećeno je promišljanjima Johna Streeeta i širokom rasponu tema počevši od medijskog konstruiranja stvarnosti i ideološki orijentiranog izvještavanja o politici (na primjeru Zaljevskog rata), preko propagande zamaskirane formom zabavnih sadržaja, kulturoloških studija, pa sve do tehnika ‘spin doctoringa’ i kontrole medijskih konglomerata i mogula.

“Doba slika u teoriji mediologije” autorice Nadežde Čaćinović Puhovski govori o ‘ikoničkoj efikasnosti’ i slici kao esencijalnom meritumu stvarnosti posredovane novim medijima. S tim u vezi autorica zastupa tezu o materijalnosti komunikacije kao o kulturnom sjećanju problematizirajući pritom prijelaz iz oblasti svakodnevnice komunikacije na polje objektivizirane kulture, kao i kontinuitet prisutnosti u kolektivnom znanju.

Fenomeni konstrukcije političkog spektakla (Edelman), informatička bomba Paula Virillioa, kao i Beckova koncepcija rizičnog društva predmetom su teorijskog propitivanja preostala tri poglavlja ovog priručnika.

Naposljetku valja zaključiti da se kroz veći dio knjige, koncipirane kroz trinaest poglavlja, posebice u tri autorska, implicitno artikulira teza o potrebi antropocentričnog pozicioniranja projekcijske i prognostičke dimenzije u samo središte filozofije i sociologije medija. Stoga bi, kao neophodne naučne discipline u kontekstualno-diskurzivnom okviru propitivanja djelovanja medija, društvenog realiteta i konačno – njihove korelacije, filozofsko-sociološki pogledi na njihovu moć i utjecaj kod recipijenata trebali kontinuirano potvrđivati svoj elementarni zadatak sadržan u podsticanju refleksivnijeg razumijevanja medijske slike svijeta.

Adresa autorice
Author's address

Amina Vatreš
Univerzitet u Sarajevu
Fakultet političkih nauka
amina.vatres@fpn.unsa.ba