

UDK 316.774(049.3)

Primljeno: 03. 12. 2024.

Stručni rad
Professional paper

Šejla Džananović

OBUHVATAN UVOD U RECENTNO RAZUMIJEVANJE KOMUNIKOLOGIJE

[Fahira Fejzić Čengić i Halima Sofradžija (prir.), *Uvod u studije medija: Priručnik za predmete Filozofija medija i Sociologija medija*, Fakultet političkih nauka Univerziteta u Sarajevu, 2022]

Profesorice Fakulteta političkih nauka u Sarajevu Fahira Fejzić Čengić i Halima Sofradžija su priredile priručnik za studente komunikologije, ali i za sve one koji se bave pitanjima masmedijskog uticaja na društvo. Na više od četiri stotine stranica autorice donose trinaest esencijalnih tekstova koji iz različitih uglova doprinose razumijevanju načina rada savremenih medija. Kao što uz svaki mehanički ili električni uređaj dolazi uputstvo, tako je i za medije potreban vodič za pravilno razumijevanje i kritičko promišljanje. Ovaj zbornik je upravo u funkciji svojevrsnog naputka na temu kako se osloboditi od svakodnevnih pritisaka medija.

Priručnik započinje dijelom iz knjige Nenada Vetrovšeka koji je posvećen Noamu Chomskom i kritici savremenih masmedija. Autor će čitatelja upoznati s Chomskyjevom analizom Vijetnamskog rata u kojoj će ukazati na manipulativno ponašanje medija, te na propagiranje ideje o tzv. *borbi za naše ciljeve*. Analizirani su naponi medijskih kuća u kreiranju tobož „autentičnije“ stvarnosti. Javnost često pridaje veću vjerodostojnost vještački kreiranoj stvarnosti negoli vlastitim čulima.

Drugi prilog predstavlja dio knjige autorice priručnika Fahire Fejzić Čengić. Autorica analizira omniprezentnost ekrana u životu savremenog čovjeka, koji je bez ikakvog otpora dozvolio da se njegov život digitalizuje. Proces digitalizacije dovodi društvo do faze u kojoj ono počinje odbacivati vlastitu kulturu. Naime, usljed pojave

društvenih mreža i *nove* digitalne stvarnosti došlo je do kulturne homogenizacije. Posljedica digitaliziranog načina života je da današnji čovjek iz korijena mijenja svoj identitet.

Treće poglavlje je također dio knjige *Medijska globalizacija svijeta* Fahire Fejzić Čengić i bavi se temom medijske globalizacije. Prirodno je da ljudi tragaju za istinom, te se u tom traganju oslanjaju na medije očekujući da će im pružiti vjerodostojne informacije. Mediji, koji bi trebali djelovati u skladu s etičkim i moralnim načelima, trebali bi predstavljati kanale putem kojih se istina distribuira. Međutim, usljed globalizacije istina se javlja u mnogobrojnim oblicima. Ovo je naročito izraženo u situacijama u kojima dolazi do kršenja ljudskih prava i osnovnih sloboda.

Četvrto poglavlje se osvrće na uspon umreženog društva o kojem govori Manuel Castells. Castells društvo dijeli na tri grupe: one koji stvaraju mreže, one koji su dio tih mreža i one koji su izvan njih. Uočava se da osobe uključene u umreženi svijet pokazuju elemente superiornog ponašanja nad onima koji nisu umreženi. Manifestacija arogantnosti kod umreženih osoba uočena je zbog činjenice da im je virtualni svijet postao dominantan okvir realnosti. Castells se bavi i *gubitkom ljudskosti*, koji objašnjava navodeći primjer slike iz stvarnog rata koje publika prima kao dio akcijskih filmova.

Peto poglavlje je dio knjige druge autorice priručnika Halime Sofradžije. Na tragu gubljenja čovjekovog identiteta na internetu, na koji ukazuje i Fejzić Čengić, Sofradžija govori o *životu u slikama*. Čovjekova dva lica, *offline* i *online* lice, sve više se prepoznaju kao psihološki fenomen koji je posebno izražen na društvenim mrežama, što može imati ozbiljne posljedice po zdravlje korisnika koju svoj život provode težeći ka idealiziranoj verziji sebe na društvenim mrežama.

I šesti dio ovog zbornika se nastavlja na temu čovjekovog života u slikama, fokusirajući se na činjenicu da je *svijet pozornica*. *Proizvodnja privida razumljivosti* o kojoj autor (Thomas Meyer) govori, predstavlja situaciju u kojoj mediji preuzimaju ulogu režisera, a ne posrednika. Meyer uvodi termin *infotainment* kao hibridni medijski format koji povezuje informaciju i zabavu. Navedeni hibridni žanr se sve više koristi u medijskom posredovanju informacija iz sfere politike, s namjerom da se dopre do šire i raznovrsnije publike.

Dva jezgrova poglavlja Seada Alića „Masmediji – zatvor bez zidova“ i „Masovna proizvodnja narcizma“ bave se filozofskim i sociološkim aspektima komunikologije. Autor u vezu s medijima dovodi Platonovu pećinu te objašnjava način na koji mediji oblikuju naše mišljenje služeći se pažljivo odabranim i filtriranim informacijama. Zatvorenici u pećini, gledajući sjenke, poimaju da su odrazi na zidu jedina istina.

Sličnim putem korača i moderni čovjek budući da, nerijetko, dozvoljava medijima apsolutni uticaj u kreiranju njegovog mnijenja.

Deveto poglavlje „Masovni mediji, politika i demokratija“ je dio knjige Johna Streeta. Street govori o istraživanju koje su provodili Herman i Chomsky, te do kakvih su zapažanja došli analizirajući sadržaj štampe u SAD-u. Naime, podrobnom analizom došli su do zaključka da je američka štampa pristrana u izvještavanju o vanjskim poslovima. *Proizvodnja pristanka*, termin koji su skovali Herman i Chomsky, predstavlja djelovanje medija na politiku. Mediji svojim radom pomažu politici u ostvarivanju njenih ciljeva i planova.

Iduće poglavlje, čiji je autor Murray Edelman, tiče se političkog spektakla. Stalna izmjena prijeteci i umirujućih izjava držat će ljude u strahu, ali i u poslušnosti. Autor ističe značajnu moć političkih spektakla, govoreći o njihovom utjecaju na kreiranje javnog mnijenja. Dalo bi se zaključiti da politički spektakl svoj uspjeh duguje upravo uspostavljenom osjećaju poslušnosti i straha među ljudima.

Autorica Nadežda Čaćinović Puhovski govori o vizualnom identitetu u poglavlju „Doba slika u teoriji mediologije“. Autorica analizira spoj crvenih i bijelih kvadrata kao primjer vizualnog identiteta Hrvata. Ova kombinacija vizualnih elemenata stvorila je prepoznatljiv izgled, te budi emocije koje su u vezi s nacionalnim ponosom. Stoga je dizajn koji uključuje crveno-bijele kvadrate često prisutan na rekvizitima koji se koriste na sportskim događajima.

Paul Virilio definira važan aspekt modernog društva u svojoj knjizi *Informatička bomba*, čiji se dio nalazi i u priručniku. Autor objašnjava sintagmu „informatički rat“ kao novu strategiju koja podrazumijeva korištenje informacija kao glavnog oružja. Također se dotiče i pojma *live* koji predstavlja prijenos *stvarnosti* u smislu da je važnije SADA, a ne GDJE. Zapravo, kako Virilio navodi, čovjek može sve vidjeti, a ne mora nigdje poći.

Trinaesto poglavlje, ujedno i posljednje u priručniku, povezuje sve prethodne dijelove i pruža sveobuhvatan zaključak. Iako je Beckovo *Rizično društvo* objavljeno davne 1992. godine, smatra se i danas relevantnim štivom za shvaćanje života kojim se živi. Autor naglašava da je savremeno društvo, usljed svojih lutanja i nepredvidivih promjena, postalo visoko rizično. Čovjek današnjice svakodnevno se suočava s galopirajućim tehnološkim napretkom, te shodno tome trebao bi da na svijet gleda kroz prizmu kritičkog razmišljanja.

Autorice Fejzić Čengić i Sofradžija su umnogome približile recentno razumijevanje komunikologije, pomažući kako studentima, tako i svima koji žele istraživati ovu oblast iz filozofske i sociološke perspektive. Trinaest poglavlja, koja

predstavljaju dijelove izuzetno važnih knjiga iz oblasti komunikologije, potiču na razmišljanje o čovjekovoj ulozi u svijetu medija i doprinose boljem razumijevanju medija i njihovog utjecaja na društvo, posebno u kontekstu korištenja medija kako bi se udaljilo čovjeka od čovjeka i unijela netrpeljivost i strah u međuljudske odnose.

Adresa autorice

Author's address

Šejla Džananović

Univerzitet u Sarajevu

Fakultet političkih nauka

sejladzananovic11@gmail.com