

**Marina Ašković**

Fakultet dramskih umjetnosti, Beograd, Srbija  
askovicmarina@gmail.com

# Ekologija medija

## **Sažetak**

*Mora li trend po kojem elektronski mediji sve više postaju ekstenzija ljudskog tijela ići u pravcu potpunog porobljavanja čovjeka i njegove ličnosti, ili će taj isti čovjek nepredvidivo, svojom medijskom pismenošću izaći iz virova medijsko-tehnoloških nesloboda? Kriza ličnosti tijesno je povezana s krizom jezika koliko god to izgledalo suprotstavljeno globalističkoj ideologiji transnacionalnog transhumanizma. S obzirom na to da su medijske predstave o svijetu u novije vrijeme sve više zasnovane na komercijalizaciji environmentalizma, filozofsko-estetska misao javlja se kao važan subjekt ekologije. Scenografija civilizirnog načina života posredovanjem medija postaje sve privlačnija, iako ima komercijalno-političku pozadinu. Samim tim budućnost čovječanstva u velikoj mjeri ovisi o samoj filozofiji medija, koji se moraju istinski ekologizirati vraćajući humanum svojoj suštini čineći ga ekstenzijom prirodnog svijeta.*

**Ključne riječi:** mediji, ekologija, ličnost, poetika, dijalog.

Mora li trend po kojem elektronski mediji sve više postaju ekstenzija ljudskog tijela ići u pravcu potpunog porobljavanja čovjeka i njegove ličnosti, ili će taj isti čovjek nepredvidivo, svojom medijskom pismenošću, tj. novim promišljanjem medijskih sadržaja, izaći iz virova medijsko-tehnoloških nesloboda? S obzirom na to da su medijske predstave o svijetu u novije vrijeme sve više zasnovane na komercijalizaciji environmentalizma, filozofsko-estetska misao postaje važan subjekt ekologije. Putem suvremenih medija neprestano se plasira model po kojem estetska misao postaje važan subjekt – jer se na njoj zasniva odgovornost da scenografija civiliziranog načina života postaje sve privlačnija iako ima komercijalno-političku pozadinu.

Moderna dramatika – komercijalizacija environmentalizma, svodi se na to da privilegije postaju prijete opstanku. Kapacitet našeg svijeta smanjuje se svjesno, namjerno, zbog stilskih razloga, bez obzira na to što nam se govori o intenzivnom usavršavanju sredstava komunikacija i informacija. Važno nam je da komunikacije povezuju New York, Brussels i Moskvu, ali nam nije važno prelaze li one na svom putu preko Ukrajine, Sirije, Afrike, ili Kamčatke. Svijet je tijesan zato što i samo smeće smještamo blizu nas. Svijet je tijesan zato što pojam svijeta postaje sve uži. Nije u pitanju samo komfor, u pitanju je duboko osjećanje suparništva prema svemu što nije regulirano ljudskom rukom (Gostuški 1977: 79).

To suparništvo sve više sugeriraju suvremeni mediji i njihovim posredovanjem ljudi se prilagođavaju „globalnom teritoriju“ ujednačavajući biološke i kulturne potrebe, čime se različite kulture svode na jednu uniformnu, gubeći mogućnost uzajamnog dijalektičkog razvoja ali i kritičkog sagledavanja. Budući da je „uniformna kultura“ u službi politike i ekonomije, ona se zasniva na razaranju nacionalnih kultura i poljoprivreda, ostvarujući na taj način uvjete za opstanak globalizma. Mediji utječu na ukidanje „biodiverziteta“ između različitih nacionalnih kultura, one se proglašavaju nadiđenima, a kao zamjenu nudi oskudno „pravo na različitost“.

Odvija se opća kulturna promjena: nastaje drugačije razumijevanje prirode i njenog odnosa prema društvu, kao i razumijevanja nas i drugih, društvene racionalnosti, slobode, demokracije i legitimiteta, čak i pojedinca (Bek 2001: 295). Značenja nastaju iz susreta proizvoda kultura i onih pretpostavki koje pobuđuje kontekst u kojem se odvija kulturni diskurs (Aleksander 2007: 427). Dok se mediji utrkuju s kronologijama i bazama podataka svijet nepovratno prestaje biti ono što jest, što je jasan pokazatelj da teorije treba minimalizirati i vratiti se biti.

Poistovjećivanje tehnološke moći s kulturom dovodi do prakse da se ideologija koja je koncipirana u vodećim neoliberalističkim zemljama, u *Trećem svijetu* nameće putem suvremenih medija kao jedino moguća. Ta ideologija zasniva se na čovjekovom udaljavanju od vlastite prirode, ali i osobnog identiteta, njena bitna odrednica je pripadnost ciljnoj skupini. Promovirajući vanjštinu, fizičku snagu, nadmoć tehnologije i lagodnost življenja medijske predstave izobličavaju, ne samo duhovno, nego i biološko biće čovjeka. Supstituiranjem svijeta tehnologijom, njegova dinamička ravnoteža ostvaruje se na nekom drugom, novom nivou. Samim tim što su te promjene inkompatibilne, nespojive sa životom, one neminovno vode iščezavanju životnih formi koje nisu mogle uspostaviti novo

ravnotežno stanje (Radojičić 2006, 5). Pitanje vezano za budućnost medija postaje pitanje otuđenja nastalog raskidom humane egzistencije s prirodom, te je propitivanje smisla primjene koncepta budućnosti medija, u stvari, predviđanje načina i oblika egzistencije budućih generacija.

Odgovor za budućnost ne leži toliko u novim tehnologijama, koliko u našoj sposobnosti da slušamo prirodu (Runko - Gudelj 2012: 75). Budućnost čovječanstva u velikoj mjeri ovisi o samoj filozofiji medija, koji se moraju istinski ekologizirati vraćajući *humanum* svojoj biti, čineći ga ekstenzijom prirodnog svijeta. Cilj ekologije medija na lokalnom nivou je očuvanje kulturnog kontinuiteta, usprkos vremenu povijesnog kontinuiteta – nestajanju jednih i nastajanju drugih kultura.

Osnovni smisao svake europske, danas već svjetske kulture jest prilagođavanje i asimilacija u nešto kao *europska* kultura, *svjetska* kultura, u nekakav opći tijek, tj. u nešto nepostojeće, u metafizičku fikciju koju su samo novovjekovna filozofija, tržište i međunarodne nagrade u stanju prikazati kao realnost. Činjenica je pak, da realnost jesu samo nacionalne kulture, baš zato što je svjetska, *globalna* kultura samo fikcija. Prilagođavanje takvoj fikciji (tj. metafizici) značilo bi isto što i nestajanje sa svjetske kulturne scene, a samim tim i nestajanje iz svijesti i povijesti određenog naroda.

Ekologija medija kao širi pojam podrazumijeva sadržaje koji imaju za cilj suprotstavljanje epohi ili vremenu, ali samo kao prevladavanje, transcendenciju same epohe, svijeta, svjetovnosti i vremena uopće. To prevladavanje međutim, nije u moći mišljenja. Albert Camus to prevladavanje vidi samo u revoltu protiv metafizike, a taj revolt se najadekvatnije izražava preko umjetnosti. Prevladavanje je tajna samog života i samo prevladavanjem smo u stanju taj život i voljeti. Danas mi za to prevladavanje epohe očekujemo ohrabrenje od istih onih velikih naroda i njihovih kultura – od kojih smo kao najvišu mudrost primali metafizičko uvjerenje da se povijest sastoji u prilagođavanju epohi. Tehnologija je rezultat znanstvenih spoznaja zasnovanih na mišljenju, metafizici i ona se bitno razlikuje od kulture, koja je zasnovana na stvaralaštvu, poezisu i osjećanju.

Čovjeku su oduvijek bila potrebna sredstva komunikacije i *umjetnost* jer je morao općiti s drugima i sa svijetom oko sebe. Nema nikakve naznake da će se te dvije potrebe ikada ugastiti (Todorović 2009: 11) Suvremeni mediji, međutim, nemaju mogućnost čuvati unikatno u ljudskom postojanju. Čovjek je biće koje se ne može shvatiti nikakvim svjetovnim iskustvom, nikakvim mišljenjem ni razumom, jer ni po samoj svojoj biti čovjek nije biće koje bi bilo ograničeno na razum (moć mišljenja). Samim tim što metafizika (tehnologija je njen krajnji domet) izjednačava ljudsko biće s mišljenjem (naukom), ona ne može biti svijest osobe.

Vrijeme i svjetovna zbivanja – jednom riječju svijet, nose sa sobom promjene koje znače nestajanje jednih, a nastajanje drugih kultura. Ako se usprkos tim zbivanjima održi ipak nekakav kontinuitet, nešto isto, onda je taj kontinuitet preobrazio vrijeme i svijet u povijest. Taj isti kontinuitet tražio je Hegel u Apsolutu, tj. u pojmu, fikciji u apstrakciji, u nečem nepostojećem. Apsolutna izvjesnost predstavlja i krajnji cilj kod Hegela. Zato se Kierkegaard suprotstavio Hegelu i zasnovao svoju filozofiju egzistencije koja je i preteča suvremenog egzistencijalizma, konzumerizma i apokaliptičkih ideja globalizma.

Činjenica da je za Grke povijest, to jest memorija, oduvijek bila u društvu umjetnosti, ukazuje na to da je u stvari povijest (literatura) – po našoj današnjoj klasifikaciji umjetnost. Muze, prvi simboli estetskog duha su kćeri Zeusa i Mnemosine (Μνημοσύνη). Njihov identitet je bio određen samim značenjem korijena riječi imena njihove majke (μνῆα, μνεία), što znači sjećanje, spominjanje, pamćenje... (Senc 1910: 616). Po drugoj predaji, postojale su tri Muze, i to: Meleta – Vježba, Mnema – Pamćenje i Aoida – Pjevanje (Srejšović, Cermanović-Kuzmanović 2000: 275). Otuda povijest u estetici, otuda tijesna veza između umjetnosti i pamćenja. Međutim, umjetnost je danas u službi ekonomije i globalizma, pa ju je samim tim i nemoguće naći u funkciji koju je nekad imala.

Ekologija medija mogla bi za cilj imati suprotstavljanje negativnim tendencijama neoliberalističke ideologije i globalizma očuvanjem kontinuiteta i identiteta društvene zajednice, usprkos smjeni pokoljenja. Očuvanje povijesti ne treba biti očuvanje neprekidnosti jedne fikcije, nego očuvanje neprekinutog života jedne duhovne zajednice. Povijest i povijesna svijest znače čovjekovu sposobnost da se suprotstavi svjetovnosti, vremenu, ništavilu, pa i horizontu epohe. Međutim, povijest je suprotstavljena epohi i njenim granicama, i izlaženje iz horizonta njene zatvorenosti nije moguće nikakvim iskustvom tj. mišljenjem, nego stvaranjem – poezisom. Suvremeni mediji mogu poticati usmjerenost svijesti pojedinca na poetsko osjećanje pravilnim poznavanjem jezika. Međutim, kriza jezika tijesno je povezana s krizom ličnosti, ma koliko to izgledalo suprotstavljeno globalističkoj ideologiji *transnacionalnog transhumanizma*.<sup>86</sup> Dublje i sigurnije poznavanje jezika i uvažavanje njegovih pravila je neophodno kako svijest osjećanja ne bi bila obuzeta jezikom, realnošću, jer bi inače napustila maštu i prešla u sferu navike.

Pobjeda proze, gramatike uzdignute na nivo logike, logike rečenice kao logike svijeta rezultiralo je zabludom poistovjećivanja istine s istinom jednog medija – medija prozne (u sebi kompaktne, pravilne, logične provjerljive) rečenice (Alić 2011: 28). Danas je jasno da je metafizika misao jezika. Suvremeni mediji sve više sugeriraju da je čovjek puka jezična, govorna funkcija, da „biti“ uvijek znači „biti nešto drugo“, a ne biti istovjetan samom sebi. Još je Aristotel mišljenje, odnosno fenomen mišljenja i govor kao fenomen govora, povezao logički u jednu cjelinu. Osnovu za tu povezanost našao je u poistovjećivanju mišljenja sa samim bićem. Obuzet fenomenom samog mišljenja, Aristotel ga nije mogao odvojiti od fenomena govora.

Međutim, izostajanje univerzalne filozofske kritične misli u procesu izgradnje i realizacije novih umreženih kanala komunikacije rezultiralo je gubljenjem relevantnosti filozofskog govora... (Alić: 28). Kako da jezik bude jezik osjećanja ako je on, jezik navike, običaja, već ustanovljen, institucionaliziran? Kao ustanova, jezik ima svoja pravila i ona ne mogu biti prekršena, jer bi jezik inače postao nerazumljiv. Kako je onda moguće da jezik bude jezik umjetnosti? Filozofska misao koja je metafizička ne vidi umjetničku (maštovito-osjećajnu) preobraženost svijeta kao preobraženost jezika u osjećanju jezika, jer traži subjekt zbivanja umjetnosti i jezika izvan čovjeka.

<sup>86</sup> Transhumanizam je zasnovan na stavu aktivne podrške tehnološkom razvoju u cjelini. Zalaže se za prakse genetskih, protetičkih i kognitivnih modifikacija ljudske vrste. Autori ovog opredjeljenja vjeruju da znanstveni i tehnološki razvoj, reguliran zakonima tržišne ekonomije, predstavlja značajnu dobrobit za pojedinca.

Metafizika ne zna za osjećanja. „Metafizička osjećanja“ su samo nezgrapno izabran naziv za navike, a svijest (koju navika nema) je pažnja koju je prema svijetu i biću u stanju usmjeriti samo osjećanje koje pri tome i preobražava svijet. Umjetnost preobražava svijet ne odbacujući njegovu realnost. To je moguće zato što umjetnost ne odbacujući jezik u njegovoj realnosti, baš kao i realnost svijeta, ne preobražava našu predstavu o svijetu – nije joj potrebno da se čega odriče ili nešto odbacuje, jer ona nije misao revolucije. Ona preobražava na isti način i jezik i svijet, tj. sliku svijeta u nama. Zato umjetnost ne mijenja jezična pravila, običajnu prirodu jezika, realnost jezika. Umjetnost preobražava našu sliku i viđenje svijeta preobražavajući samo jezik i iskustvo sadržano u značenjima jezika, a da pritom, čak ni u tom preobražaju, svijest nije okrenuta jeziku, nego svijetu.

Na osnovi prethodno rečenog zaključujemo da ekologija medija podrazumijeva prihvaćanje stava da se filozofija medija zasniva na onom ljudskom iskustvu koje se javlja kad govori stvaratelj – pjesnik i prorok. Osjećanje je bitno različito od misli, ono je poetsko i neočekivano iskustvo koje ne možemo planski preobražavati. Život svijeta se zasniva prvenstveno na osjećanju tog svijeta. Čovjek nije ostvarenje znanja, nego osjećanja, harmonije između prošlosti i budućnosti – što je suština euromediteranskog kulturnog naslijeđa.

Medijska se kultura u odnosu na svijet umjetnosti razlikuje, ali je i estetska recepcija privilegirani dio svih nas. Dubinski problem suvremenih medija je što ne uzimaju u obzir estetičku kritiku. Najobičniji industrijski dronjak posredovanjem suvremenih medija unaprijeđen je bez namjere, ili s namjerom, u relikviju i tako postao čudovište koje nitko nije želio, ali koje je sada teško uništiti. Tim putem se i mnoge druge stvari izjednačavaju s Fidijinim hramovima i Rafaelovim slikama, s tom razlikom što jedne čuvamo zato što nam je do njih stalo, a od drugih se više nismo u stanju osloboditi.

Česlav Miloš u časopisu „Granata“ dao je sljedeća zapažanja u vezi s novom Europom: Kako bi se mislioci, pjesnici i umjetnici trebali pridružiti svojim kolegama sa Zapada u, na neki način, marginalnoj ulozi kakva im je namijenjena u društvima zauzetim prodajom i kupovinom? Ono što je danas preostalo jest ideja odgovornosti, koja djela protiv usamljenosti i ravnodušnosti pojedinca koji živi u kitovoj utrobi (Tomas 2003: 225).

Apsurd novovjekovne metafizičke šablone kojom se služi znanstvena periodizacija je u tome što se smatra da je ona objasnila stvaratelja stavljajući ga u odgovarajući period, tj. u pojam. Osim nemogućnosti da bit čovjeka bude shvaćena i određena pojmom – poimanjem, mišljenjem, spomenuta periodizacija počiva na prešutno usvojenoj pretpostavci da osnovni smisao europske, danas već svjetske kulture mora biti prilagođavanje i asimilacija u nešto kao što je globalna kultura, opći tijek svjetske kulture, umjetnosti tj. u nešto nepostojeće, u metafizičku fikciju koju su samo novovjekovna filozofija, tržište i međunarodne nagrade u stanju prikazati kao realnost. U transhumanom dobu, koje je kao društvena praksa, uvelike nastupilo u visokorazvijenim zemljama Zapada, mediji potpomognuti kamufliranim tržišnim mehanizmima djelovanja, upravljaju kako općim, tako i pojedinačnim ponašanjem. U današnjem „globalnom selu“ svaki pojedinac ima priliku,

na ovaj ili onaj način participirati u svijetu medija, ali na tome se ujedno završava ova tehnicistički projektirana demokracija, odnosno, kolektivna utopija (Vuksanović 2011: 141).

Lokalno znanje definira se pomoću globalnih diskursa. Transnacionalizacija u procesu globalizacije donosi nov način generiranja znanja, ma kojoj oblasti ono pripadalo. Putem globaliziranih medija, novovjekovna kultura epohalno zatvorena u svoj horizont, traži od inteligencije sve više da se konačno europeizira, tj. globalizira.

Pitanje vezano za budućnost medija nastalo odustajanjem humane egzistencije ne samo od prirode, nego i od vlastitog bića, postaje pitanje otuđenja. Samim tim je neophodna metamorfoza masovne kulture, i ona ima za cilj preobrazbu putem istih tih medija u visoku kulturu koja je duhovna, moralna i tiče se prvenstveno čovjekovih duhovnih težnji i nadanja. Potrebno je da medijska pismenost zaživi, ali kako to uklopiti i uvesti u obrazovanje, s obzirom na to da se i državna televizija i tiskani mediji financiraju od oglašivača koji koristeći psihologiju medija sve više manipuliraju čovjekom? Ekologija medija je filozofija medija koja se ne zasniva samo na mišljenju medija, već i na preobražaju bića koje kreira medijske sadržaje, jer ne govori govor – nego biće.

Nitko ne može predvidjeti kuda će nas odvesti slobodan dijalog s drugim. Isto tako, nitko ne može predvidjeti kako, kada i kod koga će se pojaviti nadahnuće koje će dovesti do novog umjetničkog stvaralaštva. Samo takva nepredvidiva prosijavanja mogu preobražavati jezik, svijet, i sliku svijeta u nama. Zato je potrebno uvoditi medijsku šutnju – kao praksu mistika od kojih se možemo naučiti pravoj komunikaciji, jer šutnja zapravo prethodi slobodno uspostavljenom dijalogu.

### Literatura:

Aleksander, V. (2007) *Sociologija umetnosti*, Beograd: Clio.

Alić, S. (2011) „Čemu filozofija ako nije filozofija medija“, u *Kultura*, urednik Milanka Todić, Beograd: Zavod za proučavanje kulturnog razvitka. (26-41)

Bek, U. (2001) *Rizično društvo-U susret novoj moderni*, Beograd: „Filip Višnjić“.

Gostuški, D. (1977) *Umetnost u nedostatku dokaza*, Beograd: Srpska književna zadruga.

Mitrović, V. (2012) *Iskorak bioetike*, Beograd Čigoja.

Radojičić, R. (2006) *Opšta ekofiziologija*, Beograd: Zavod za udžbenike.

Runko Luttenberger, L. / Gudelj, I. (2013) „Razvitak zemljocentričnog pristupa zaštiti okoliša“ u: *Izazovi održivog razvoja*, Beograd: Čigoja. (70-83)

Senc, S. (1910) *Grčko-hrvatski rječnik za škole*. Treće reprint izdanje (1991). Zagreb, Rijeka: Tiskara Rijeka.



- Srejović, D., Cermanović-Kuzmanović, A. (2000) *Rečnik grčke i rimske mitologije*, peto izdanje, Beograd: Srpska književna zadruga, JP Službeni list SRJ.
- Todorović, A., L. (2009) *Umetnost i tehnologije komunikacija*, Beograd: Clio.
- Tomas, M. (2003) „Marketing adidimus“, u *Apokalipsa i marketing*, priredili: Stiven Braun, Džim Bel, Dejvid Karson, Beograd: Clio. (225-242)
- Vuksanović, D. (2011) *Filozofija medija. Tom 2: ontologija, estetika, kritika*, Beograd: Čigoja štampa.

## Media Ecology

### **Abstract**

*Does the trend in which electronic media are gradually becoming extension of human body have to move towards full enslavement of a human and his personality, or the same human will unpredictably, with the aid of his personal media literacy, exit the whirls of media and technological censorship? Personality crisis is closely related to the crisis of language no matter how contradicted to global ideology of transnational transhumanism it may seem. Considering the fact that recent media presentations of the world are based on commercialization of environmentalism, philosophical and aesthetic thought appears as an important subject of ecology. As media mediates, the scenery of civilized living increasingly becomes more appealing even though it derives from commercial and political background. Consequently, the future of humanity depends by large on the philosophy of media. Media have to truly ecologise returning the humanum to its essence making it into the extension of the natural world.*

**Key words:** *media, ecology, personality, poetics, dialogue.*



This journal is open access and this work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.