

Centar za filozofiju medija i mediološka istraživanja,
Zagreb, Hrvatska

DOI 10.5937/kultura1133026A
UDK 101:316.776
316.77:141.319.8°20°

ČEMU FILOZOFIJA / AKO NIJE FILOZOFIJA / MEDIJA

Sažetak: Naslov rada sugerira više dimenzija propitivanja značenja filozofije medija. Na prvoj razini tekst se uključuje u liniju propitivanja razloga postojanja filozofije same (Adorno, Habermas, Heidegger...). Druga razina koju inicira pitanje čemu filozofija ako nije filozofija, razina je propitivanja filozofije u odnosu na izvanfilozofske dimenzije koje utječu na nju kroz cijeli povijest. Na trećoj razini propitite se važnost i mještaj upravo onog načina i pristupa kojeg razvijaju vrhunski domeni mislilaca koje, neke manje neke više, smatramo bitnim za filozofiju medija.

Ključne riječi: filozofija medija, gramatika, jezik, Adorno, Habermas, tehnika, masmediji, tehnologija

Filozofija kroz svoju dugu povijest nije baš bila sklona promišljajući pitanja medija¹, medijskog posredovanja, 'sredine', eksistencija, tehnika posredovanja, komunikacije... Nimalo slučajno. Svaki dublji ulazak u područje posredovanja morao bi otkriti jednodimenzionalnost spoznaje, odnosno, na ljudskoj razini, reduciranje čovjeka na narcisoidnog zaljubljenika u simbole spoznavanja svijeta za koje istovremeno zna da su nedostatni, odnosno da daju tek svoj odraz. Rodena u krili grčke gramatike, filozofija je u miraz dobila strukturu misli, temeljne kategorije i određenu pravilnost, pogodnu da se nazove logikom. Granice gramatike inicirale su granice logike; izgovaranje svijeta zadobilo je ozbiljnost misaonog uredenja svijeta. Svijetom

je zavladala gramatika. Filozofi su pravila gramatike aplicirali na mnogodimenzionalnost pojavnoga, kao i na višečulnost i multisenzibilnost ljudskoga bića.² Odnos filozofiskog Subjekta i filozofiskog Objekta ima dakle gramatičko ishodište³ (temeljni dijelova svake rečenice) i kao takvo nikada nije moglo inicirati razmišljanja o sustavima posredovanja. Posredovala je rečenica kao prikriveni medij, kao nevidljiva tehnologija, kao neupitnost koja pitanje medijskog posredovanja onemogućuje. Elektroničko i digitalno doba filozofiskog je narcisoidnosti (u McLuhanovom smislu hipnotiziranosti medijem) gurnulo pod nos optički nesvesno fotografije, plivajući svijest filma, doživljaj misaona urenjenosti u televizijski program, umreženost ljudske misli, osjetljivost čovjeka kao sudionika kolanja doživljaja kroz društvene mreže kao novi pospoljašnjeni živčani sustav. Digitalno iskustvo donosi zrcala u kojima se filozofski pojma razotkriva u svom oskudnom tipografskom ruku. Ono preživjelo filozofije suočeno je sa suočavanjem narasle (medijske, političke, znanstvene, teorijske) svijesti, multimedijskih tehnologija, orijentacija mišljenja na praksu, te uvida u zastarjelost mišljenja koje je htjelo svijet interpretirati iz pojma.⁴ Gramatički pristup razumijevanju svijeta koji svijet sudi na unaprijed odredene uloge subjekta objekta, kategorije...nije više dostatan. Ne zato što se njime ne može koristiti, nego zato što će u vremenu novih medija sve više otkrivati sama sebe. Metoda pak koja na istraživanom materijalu dokazuje samu sebe vremenom obznanjuje svoju prazninu... Istovremeno samoiskriviljenost je filozofije, posebno europske, što je sama izrasla na traganju/pitanju odgovarajućeg (najboljeg) medija spoznaje. Nepovjerenje koje su Grci imali prema pjesnicima i muzama bilo je nepovjerenje u nejasnoću/netransparentnosti/nedokazivosti medija muzama nadahnutih rima. Pobjeda proze (u kojoj se filozofija prepozna) donijela je nove standarde - mogućnost da gramatika jezika izraste u logiku mišljenja, a onda i u logos svijeta, napuštanje doživljaja i strukturiranje iskustva

2 „Sva metafizika, uključujući i svojega protivnika, pozitivizam, govori Platonovim jezikom“ Heidegger M., Kraj filozofije i zadaća mišljenja, Naprijed, Zagreb 1996, str. 410.

3 Ovaj segment povezanosti gramatike i filozofije, uz analize autora o koji su razmišljali u tom smjeru, izložio sam u tekstu Medij jezika. Vidjeti u Metodički ogledi, vol 17 1-2, Zagreb 2010, str. 107-133.

4 Rad je inspiriran djelom Marshalla McLuhana, posebno djelima: McLuhan, *Understanding Media*, Routledge & Kegan Paul, London 1964, zatim djelom McLuhan, Marshall & Fiore, Quentin, *The Medium is the Message, An Inventory of Effects*, Bantam Books, New York 1967, kao i *The Global Village*, Oxford University Press, New York 1989. No, ono što je kod McLuhana navijestano i što je njegovim mišljenjem inspirirano i inauguirano, ovde želi biti razrađenom osnovom za platformu mišljenja određenog sintagmom filozofija medija.

1 Tekst je zamisljen tako da pokusava odgovoriti na tri pitanja. Prvo je pitanje: Čemu filozofija i ono samoironijski nastavlja uz istoimene tekstove Adorno i Habermasa, i sada već gotovo pa tradiciju postavljanja istih ili sličnih pitanja. Drugo je pitanje: Čemu filozofija ako nije filozofija. Ovo se pitanje upućuje u smjeru otvarjanju filozofije za ono što je ona morala biti, a što nije postala (Filozofija je danas više zareblijen svoje vlastite slike iz prošlosti, nego što odgovara onome što bi trebala i morala biti). Na trećoj razini naslovnog pitanja hoće se dati odgovor i on ide u smjeru - filozofije medija.

oko pojmljiva, najavu pokušaja da se strukturon povezani Filozofija medija stavlja u pitanje povijest filozofije, temeljne pojmljiva (u nizu jedne beskrajne rečenice) objasni/razumije/postavke filozofije, da bi osvremenjena pogleda, snagom priotkrivenih struktura svijeta.⁵

U tom kontekstu prostore Platонovog istraživanja odnosa pjesničke i filozofske riječi vidimo prostorom otvaranja zapadnoeuropejske filozofskomedjiske problematike. Relativno lako izvođenje pobjeda proze rezultirala je kašnjenjem svijesti o medijalnosti svake spoznaje, odnosno svijesti o posebnosti svakog medija.

Već je dakle u prostorima otvaranja, pitanje svijesti o medijskim posredovanjima za sljedeća dva i pol tisućljeća – zatvoreno. Pobjeda proze, gramatike uzdignute na razinu logike, logike rečenice kao logike svijeta, subjekta rečenice Filozofija je, misli Adorno, vremenom postala struka, forma oslobođena od svih sadržaja forma koja više ne može biti niti „medij – rezultiralo je zabludom poistovjećivanja Istine s istinom obrazovanja“⁶. Kada govorim o tom „mediju obrazovanja“, jednog medija – mediju prozne (u sebi kompaktne, pravilne, logične provjerljive) rečenice.

U tom bi smislu Platona trebalo vidjeti uporišnom točkom filozofije medija, a seminari promišljanja Platonovih rijski niti praktički relevantno. S druge strane, tehnike preživljajanja puno su bliže znanostima, a znanstvenici se jednostavljeno dimenzije koja je, u konačnici, presudila europskoj pa i svjetskoj civilizaciji.

Izostajanje univerzalne filozofske kritičke misli u procesu izgradnje i realizacije novih umreženih kanala komunikacije rezultiralo je gubljenjem relevantnosti filozofiskoga govora. Dijalozi i komunikacije, kao i sustav utjecaja na ljude, odvijali su se novim autostradama hipnotičke jurnjave, dok se filozofija samo zadovoljavala nad slikama svoje vlastite, sretne, ali i neosvještene - mladosti.

Postoje pitanja/dvojbe na koje će partikularno usmjerene znanosti dovoljno jasno i poticajno odgovarati. U okvirima filozofije medija, pak, sabiru se ona pitanja koja zahvaćaju u dimenziju sudbine svijeta. Sudbina svijeta propisana je našim odlukama, razumijevanjem odnosa koji bi se tradicionalnim formulacijama mogao predstaviti kao odnos subjekta i ekstenzije. Filozofija medija koncentriira se na sustav posredovanja imajući na umu spoznaju da je rezultat uvelike impliciran ekstenzijom koja se zatekli, nego u misli imanentnom sustavu posredovanja – mediju stavlja između subjekta i objekta.⁶

Filozofija medija stavlja u pitanje povijest filozofije, temeljne pojmljive razumijevanja medija, mogla uzeti mjesto koje zaslužuje u suvremenim zbivanjima.

Znanosti su kroz povijest zasijecale u sadržajni dio onoga čime se filozofija bavila. Bez obzira na ograničenost, pa i nećemoćnost pojedinih znanosti da domisle određena područja, bez obzira na činjenicu da su znanstvena istraživanja nerijetko postala ekspliziranja metodologija (ne donoseći nikakva važna rješenja/otkriva/zaključke); ostaje činjenica da se znanost nametnula sadržaju kvantificirajući ga, odnosno pretvarajući ga u operabilne činjenice.

Filozofija je, misli Adorno, vremenom postala struka, forma oslobođena od svih sadržaja forma koja više ne može biti niti „mediju obrazovanja“. Kada govorim o tom „mediju obrazovanja“, jednog medija – mediju prozne (u sebi kompaktne, pravilne, logične provjerljive) rečenice.

Na tom mjestu bitno je upitati se: Što bi se dogodilo da je Adorno povukao konzervativnu svog stava i zaključio da sadržaj kao takav nikada i nije bio ono najvažnije filozofije?

Sadržaj je danost, postojanje, bitak, bivstvujuće. Ono filozofske tim sadržajem nije određeno. Najsnažnija poruka filozofije nisu bila njena rješenja i misaone zgrade, nego ideja da se medijem mišljenja može dohvatiti svijet u cjelinu i kao takav razumjeti. Temeljna poruka filozofije bila je (McLuhanovski mišljeno) medij kojega je nudila.

Sadržaj je ono što biva posredovano mislima, pjesmama, plesom, govorom, slikama... Bit filozofiskog pristupa nije u operirajući danosti u kojoj smo se spoznaju da je rezultat uvelike impliciran ekstenzijom koja se zatekli, nego u misli imanentnom sustavu posredovanja – mediju mišljenja kao takvom.

⁵ Dio posljedica analizirao sam u tekstu *Identity and Violence* objavljenom u News and Views, International Academy for Philosophy Press, Vol. 2, No 3(27), Winter 2010. Yerevan (Armenia) – Athens (Greece) Berkeley (USA) – Vienna (Austria), str. 26-45.

⁶ Ovaj dio teksta naslanja se na analize učinjene u tekstu: Alić S., *Ekstenzija – medij – praksa* (McLuhan u svjetlu pojma prakse Gaje Petrovića), Časopis Zarez, br. 203., 5. travanj 2007.

⁷ „Filozofija ne pruža više ni mediju obrazovanja izvan tih tehnika kao u Hegelovom razdoblju, kada se nekoliko kratkih desetstjeća tada tanak sloj njemačkih intelektualaca sporazumjevalo u svom kolektivnom govoru.“ Citirano prema: Adorno T. W., *Cemu još filozofija*, CKD, Zagreb 1982, str. 25. (Prijevod prema preradrenom tekstu u knjizi Eingriffe (Neun kritische Modelle) Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main, 1963)

Filozofija medija poruka je povijesti filozofije koja je ostala bez sadržaja, jer se nije koncentrirala na bit filozofskega pristupa, a rječ je o specifičnosti, pa i ograničenostima medija misli filozofske interpretacije drugobivstva.

Na sličan način, u tekstu koji propituje isti problem, Habermas pita sličnu stvar: „Ne otima li filozofija, na putu kritike i samokritike, sama sebi svoje sadržaje...“ Interesantno je da se i tu pojavljuje rečenica važna za filozofiju medija. Habermas kaže: „Filozofsko mišljenje prešlo je nakon Hegela u drugi medij. (podcrtao S. A.) Filozofija se ...ne može dalje shvaćati kao filozofija, ona sebe shvaća kao kritiku.“⁸

U ideji prelaska filozofije iz jednog medija u drugi vidimo raziranje filozofsko-medijičke problematike; pitanje medija na način kako će ga kasnije postavljati filozofija medija, polako ulazi u arenu samopropitivanja granica i mogućnosti filozofije kao specifičnog oblika interpretacije drugobivstva.

Pa ipak, osjeti se određeni strah od neizvjesnosti, i on se može odčitati iz neizgovorenih rečenica, iz nepovučenih konzervativnih.

Oduštajanje filozofije od govora o svojim tradicionalnim sadržajima i ustupanje mesta znanostima o tim sadržajima (od antičkih koncepcija svijeta filozofije prirode puno su bolji današnji koncepti fizike i astronomije), ne može za svoju konzervativnost pretvarjanja filozofije u kritiku ili politiku.

Kritički govor o onome što je do jučer bio sadržaj filozofije, jest pomak prema pravoj dimenziji politike. No Habermas još uvijek (u kritici) zadržava središnje mjesto za sadržaj, bez obzira na deklarirano odustajanje od središnje pozicije sadržaja.

Habermas kritikom, kao „drugim medijem“ (u kojega prelazi filozofske misli stidljivo najavljuje problem medijskosti procesa suodnošenja čovjeka i svijeta, problem medijskosti kao prostor budućih temeljnih promišljanja filozofije medija, odnosno filozofije).

Pitanje „čemu filozofija ako nije filozofija medija“ želi postati retoričkim pitanjem. Ono se naslanja na tekstove o upitnosti pozicije filozofije danas, a sugerira odgovor koji leži u području (samo)propitivanja medijske dimenzije kako filozofije same, tako i općenite medijske dimenzije čovjeka i drugobivstva.

Pitanje razložnosti (potrebe) takvog oblika refleksije, kao što je nudi bit sa znanostima iznjedrenim iz korpusa filozofske mudrosti, nego, što je još važnije, strah od gubljenja tla za svaki pokušaj mudrosti danas.

Pitanje kojim ulazimo u promišljanje mesta, uloge i mogućnosti filozofije medija, Chomsky bi rekao, postavlja jedno od onih naivnih potrebnih pitanja; ironički sugerira jednostavnost istine o filozofiji koja je svoju povijest gradila na samozaboravu samosvijesti o mediju na kojem je građena, o odnosu tog medija s drugim medijima, te o odnosu i (ne)ravnoteži ljudskih sposobnosti/karakteristika na kojima se grade različiti oblici recepcije drugobivstva.

Kad kažem „samozaboravu samosvijesti o mediju na kojem je građena“, mislim pritom na medijski nesamosvjesno oblikovanje prvih filozofske postavki/rečenica/gnoma u obliku određenom oralnom kulturom koja je tada dominirala; pritom također mislim na određenost antičke filozofske mudrosti sustavom gramatike grčkoga jezika; određenost filozofske misli teološkom dimenzijom (iniciranom već filozofske suprotstavljanjem/dokazivanjem o primatu filozofskega mišljenja nad proroštvinama muza); descartesovom odustajanju od bitnih filozofske dimenzije itd., sve do današnjih reduciranja mišljenja o medijima na govor o radijskim, tv postajama, novinama i sl.

Filozofija je izrasla na pitanjima dosezanja istine posredstvom medija jezika. Antička filozofija je istovremeno i filozofija jezika i nešto još više - dokaz o izrastanju medija jezika u sustav koji se osjetio toliko snažnim da je poželio filozofisku zgradu poput Hegelove.

Filozofija je oduvijek bila prije svega ostalog, mudrost u mediju jezika, mudrost koja je željela u rječi, pojmove, kategorije, smjestiti i ono racionalno i iracionalno, i svjesno i nesvesno, i teorijsko i praktičko i poetičko, etc. U rezultatu smo imali „vrijeme oblikovano mislima“, iskazano jezikom... sa svim dobrim i lošim stranama, mogućnostima i ograničenjima koja nam određuje jezik kao takav. Raste svijest o tome a pojavljuju se različiti pristupi koji ukazuju na različite aspekte ovog problema.

Što je skriveno u vremenitosti istine, u promjenjivosti pristupa istini u različitim vremenima; otkuda ta mijena čija je potreba jednom najavljujana uvidom o mijeni samih stvari, drugi put o potrebi praktičnih promjena, treći put o nepotrebnom robovanju kriterija istine gramatičkim ishodištima, etc. Ima li u promjenjivosti istine ili koncepta istine, u promjenjivosti pristupa istini nečega od promjenjivosti onoga što put ka istini

⁸ Vidjeti u zborniku: Čemu još filozofija, uredio Brkić J., CKD, Zagreb 1982, str. 67.

posreduje. Mijenja li se koncept istine bez promjene dominira-jućih paradigmi ili, na drukčiji način postavljeno, od promjene sveukupnosti uvjeta koji postavljaju okvire. Konkretnije: Ima li razlike između antičkog uzrastanja do pitanja *aletheia*, pitanja istinskog ljudskog bivstvovanja u marksizmu, istinskog spasenja u teologiji ili religijskim objavama, te istinite informacije kao pretpostavke funkciranja suvremenog, medijima posredovanoga društva.

Različite koncepcije istine, ponekada divergentno postavljene, sugeriraju trusno područje postavljanja samog horizonta propitivanja uspostavljanja istine kao takve.

U vremenu obitava proces koji je vidljiv (koji se pokazuje) u tehnološkim, organizacijskim, psihološkim, svjetonazorskim, ideo-loškim, dimenzijama. Povezanost svih ovih segmenta proizlazi iz povezanosti/upoštenosti čovjeka i njegovih ekstenzija u obliku tehnologija i na njima građenih medija, iz njih proizlazećih sustava organizacija, ili drukčije rečeno, utjecaj tehnologija na psihologiju i sveukupnost psihološke dimenzije.

Mijenja se ljudski okoliš (sveukupnost onoga što se želi spoznati), mijenja se neuronsko-genska struktura, kojom se pristupa pokušajima spoznaje...

U osnovi prijepora između dva „temeljna reprezentativna sustava“ (kako ih naziva Manovich) jezičkog i slikarskog – naša su čula i s njima spojeni (na njima izgrađeni) sustavi ljudskog organizma razvijani kroz povijest. Ono tipografsko i ono slikovno kao da se, kažimo to na tragu Flusselovih analiza⁹, natječe kroz povijest za našu pozornost i našu odluku. Budućnost se s jedne strane najavljuje kao govor, tipografija, zvuk, emocija, a s druge kao vizualno, slika, trenutačnost... Ono ideološko sadržano je i u jednom i u drugome. Iz labirinta moguće je izlaz samo ako se svakom hodniku medijskog labirinta prida njemu svojstvena, odgovarajuća specifična težina.¹⁰

Koliko daleko i kako duboko filozofija medija treba i može ići? Ona može cijelokupnu povijest mišljenja, gledanja i doživljavanja reinterpretirati (gledajući sada iz nove vizure), ali može i zastati na michelovskom naglašavanju vizualnoga „obručića“ nas prema slici. Analize W. J. T. Mitchella¹¹ smatramo

korisnom i bitnom linijom promišljanja u kontekstu sveukupnih promišljanja. Njegova metateorija (koja na neki način provilazi iz Luckmannove i Bergerove teorije o društvenoj konstrukciji zbilje), naglašavajući medij slike, potvrđava dimenziju koja je nezaobilazna.

Mitchell u tekstu *Riječ i slika* podsjeća na činjenicu da ljudi koji su bili slijepi neko vrijeme ponovno trebaju učiti gledati, odnosno da je to potvrda Berkleyeve teze o vizualnom jeziku očnjega vida. „Praktički, piše Mitchell, sagledavanje onoga što neka vizualna predstava prikazuje, čak sposobnost da se uopće prepozna nešto kao slika – osobina je i mogućnost samo životinja koje koriste jezik.“¹² I pismo je uistinu postalo moguće u trenutku kada je ljudska kreativnost pronašla način da glas dobije svoj vizualni oblik. Čudo nastanka pisma čudo je pretvaranje audijskog u vizualno, glasa u lik.¹³ No pismo ne ostaje dužno: u obliku binarnog sustava u temelju je digitalnoga svijeta i suvremene dominacije slike.

Filosofija medija, kako ju ja vidim, neće svoditi McLuhanovu misao na tehnološki optimizam ili još gore na takozvani McLuhanov tehnološki determinizam, ali će i te kako uključiti utjecaje tehnike, strojeva, softwarea, pa i robotike na neposredne ili posredne utjecaje na svjetonazore, načine mišljenja i doživljavanja.

Također, neće svoditi određenicu medija na „materijal društvene prakse“ kako je to učinio Raymond Williams¹⁴, ali će inkorporirati i tu dimenziju.

U medijskoj dimenziji potražit će se prostori za rješavanje pat pozicije odnos svijeta i ljudske svijesti.

Ukoliko je istina da sve što jesmo, jesmo među ostalim i uz pomoć ekstenzija, tehnika, medija, posrednika..., onda je u arhivima i muzejima tehnika i medija sadržano nešto od okamina najzvornijih ljudskih streljenja. Otuda je aktualni oblik društvene prakse, mišljen on na način Williamsa ili *praxis filozofije*, bitan za uspostavljanje horizonta ljudske slobode.

Filosofija medija, nadalje ne bi smjela enzensbergerovski misliti samo o dimenziji svojevrsne iskoristivosti medija za određene političke ciljeve, makar oni bili i potpuno prihvativi, ali će i tako misliti. U potpunosti je prihvativi Enzensbergerova kritika naivnosti misilaca ljevice kada je riječ o

9 Flusser V., *Towards a Philosophy of Photography*, Reaktion Books, 2000.

10 U ovom dijelu teksta samo se skiciraju obrisi već otvorenih pitanja koja ulaze u područja interes filozofije medija. Vrijeme i mjesto ne dopuštaju sustavno izlaganje teza ovih autora, nego više kao poziv za promišljanje tih autora i to iz vizure filozofije medija.

11 Posebno u *Iconology: Image, Text, Ideology*, University Of Chicago Press, Paperback Edition, 1987.

12 <http://www.scribd.com/doc/53981190/Mitchell>

13 Pismo, kako je to odavno naglasio McLuhan, pretvara glas, a samim tim i ono glasom iskazivo u vizualne znakove u vizualno, u poreči simbola na podobnoj podlozi.

14 Williams R., *Television: Technology and Cultural Form*, Routledge 2003.

značenju i mogućnostima medija. No značenje medija za čovjeka, još je dublje od interesa slobode jedne generacije ili jedne političke opcije.¹⁵

Filozofija medija ne smije niti baudrilliardovski biti zanesena virtualnim svjetovima slike. Simulakrumi jesu realni, svjetovi u kojima živimo jesu virtualni, no temelji tih virtualnih svjetova imaju svoje realno tehnološko i medijsko utemeljenje. Svaki gram, centimetar ili sekunda virtuelnoga svijeta nose u sebi gen čovjeka-kreatora, svjedoče o nepovratnoj jedinstvenoj konfiguraciji ljudskoga duha i duha vremena u kojem nastaju.¹⁶

Mnoge dimenzije promišljanja treba imati na umu kada filozofiski pokušavamo rasvijetliti, domisliti, odrediti fenomen medija. Jedan od pristupa razvio je Friedrich Kittler u knjizi *Gramophone, Film, Typewriter*¹⁷ koja je inicirala mnoge diskusije u prošlostima teorija medija. Riječ je o autoru kojega neki nazivaju Derridom digitalnoga doba, koji radikalnije od McLuhana promišlja tehnologiju i njene utjecaje. Za razliku od McLuhana koji u tehnološkim napravama vidi ekstenzije/produžetke ljudskog tijela, Kittler u tehnologiji vidi neovisnu snagu koja ima svoju logiku napredovanja neovisnu o nama. Ovakva zaoštrevanja teza i izvođenja konzekvenci iz postojećih tendencija, orientiraju su koji označavaju grebene uz koje se mora ploviti ali na koje se ne smije nasukati.

S Kittlerom, ali ne samo s njim otvara se i pitanje *psihotehnologije*, (na temeljima učenja Wundta, Bergsona i drugih, koja od početaka 20. stoljeća proučava upućenost psiholoških dimenzija na tehnologiju i obratno.

Tu su i razmišljanja o značenju i utjecajima logike spektakla na političku, religijsku, ekonomsku, stvarnost – od Guy Deborda do Douglasa Kellnera (s poznatim djelom *Media Spectacle*)¹⁸ koji analizama infotainmenta, tehnokapitalizma, mekdonaldisacija, pretvaranje sportsa u spektakl, te analizama političkih dimenzija spektakla potvrđuje utjecaj logike spektakla na načine recepcije pa onda i konstituiranje realnosti kao takve.

Dio analiza treba posvetiti Lev Manovichu, posebno njegovu pomaku od novih medija o kojima je pisao u *Jeziku novih medija* prema razmišljanjima o utjecaju softwarea kako na razvoj tehnologije tako i na nas same. Put od teorija pojedinih medija prema teoriji softwarea, još je jedan pokušaj da se približi korijenima promjene odnosa u suvremenom drugobivstvovanju. Poznato je da je Manovich inisiova i McLuhanova istraživanja smatrao revolucionarnim. Vrijeme će pokazati koliko će njegova promišljanja iz vizure teorije softvera kao i njegove druge ideje pomoći shvatiti cjelinu medijskih posredovanja. Manovich naime u jednom svom tekstu ustvrđuje da onako kako su električna energija i motor s unutarnjim sagorijevanjem omogućili industrijska društva, da na sličan način software omogućuje globalno informacijsko društvo. U svakom slučaju, put prema softwarem put je kojega ne bismo smjeli zaobići.¹⁹

Robert Logan je od 74-80 radio s McLuhanom. Knjigu *Understanding new media* shvaća kao nastavak, svojevrsno proširenje djela Marshalla McLuhana. Na ideju o proširenju došao je nakon uvida da su neke McLuhanove ideje realizirane i snažnije nego što ih je McLuhan najavio. Logan takvima smatra internetsko pretvaranje svijeta u globalno selo, razvijanje procesa decentralizacije i interdisciplinarnosti, pretvaranje korisnika medija u sadržaj medija, odnosno dokidanje granica između korisnika i proizvođača medija, te potpuno gubljenje barijera prostora i vremena u komunikaciji.²⁰

Stari uvidi o meta-fizičkim dimenzijama postojećega (onoga istoga u uvijek različitome) iz starogrčkih pokušaja razumijevanja svijeta prenose se u područje medija. Pokušaj univerzalne generativne gramatike Chomskoga, kao i kritika shvaćanja jezika/gramatike kao jednom za svagda dane strukture, pokazuju tendenciju prenošenja interesa u sferu medijskih posredovanja. U tom je kontekstu interesantna Loganova analiza

15 Govoreći o industriji svijesti Enzensberger može ostalim bilježi: „Ona je u stvari, klijentna industrija dvadesetog veka. Gde god se danas okupira ili oslobođi neka visokorazvijena zemlja, gde god dođe do državnog udara, revolucije, prevrata, novi režim ne osvaja prvo puteve i središta teške industrije, nego radio-stanice, štamperije i telegrafске službe.“ Crtano prema Industriju svijesti u Nemačkoj, *Nemačka između ostalog*, BIGZ, 1980. U tekstu Kockice za jednu teoriju medija Enzensberger sugerira nespremnost studenata 1968. da zauzmaju zgrade medija. Vidjeti: Nemačka, *Nemačka između ostalog*, BIGZ, 1980, str. 105.

16 Upozoravajući na odnos virtualnoga i realnoga Baudrillard među ostalim bilježi: „Tako se na primjer govori da će se kroz stoljeće ili tisućljeće filmovi o gladijatorima gledati kao autentični rimski filmovi koji datiraju iz vremena Rimskog Carstva te kao stvarni dokumentari o starom Rimu... Sve nam je teže zamisliti nešto stvarno, povijest, značenje vremena ili trodimenzionalni prostor kao što je prije bilo telko zamisliti, iz perspektive tadašnjeg stvarnog svijeta, virtualni prostor ili četvrtu dimenziju.“ Baudrillard, Jean: *DisneyWorld Company, Tekst objavljen u Liberation, 4. ožujka 1996. Godine*, preveden u Quorumu br. 4, 1999, str. 61.

17 Kittler F., *Gramophone, Film, Typewriter*, Stanford University Press, 1999.

18 Kellner D., *Media spectacle*, Routledge, 2003.

19 Stvar bi se mogla usporediti i na sljedeći način: 1964 godine McLuhan objavljuje: „First we shape our tools, thereafter they shape us. Manovicheva formulacija glasi: Software takes Command.

20 Logan, K. R., *Understanding new Media*, Extending Marshall McLuhan, str. 19.

u djelu *The Extended Mind, The Emergence of Language*²¹, gdje se jezik tretira kao živi organizam, nesvodiv na biološku dimenziju čovjeka.

Nova filozofija za nove medije Marka Hansena²² mora također biti predmet analiza filozofije medija - koliko je uspješno Hansenovo suprotstavljanje Kittlerovo tezi o postmedijskoj situaciji nakon potpune digitalizacije, štoćeći potpunesvodivosti/zamjenjivosti bilo kojeg oblika nekim drugim, etc.²³

U pitanju su svijet i svijest. U pitanju je svijet koji je reduciran na ono izvanjsko, vidljivo, mjerljivo i sl., svijet kojega su mreže sredstava i oblika komunikacije, odnosno masmediji, pretvorili u poligon osvajača materijalnih dobara, i samim tim, to *materijalno* potvrdili kao vrhunaravnu realnost – prioritet u sučeljavanju duhovnoga s materijalnim.

U pitanju je reduciranje filozofske misli na ono korisno uspostavljanju svijeta kao onog vidljivog, mjerljivog, izvanjskog. Mjerljivo i utrživo u braku sa znanostima (koje svoju vjerdostojnost stječu mogućnošću ponavljanja istoga, mjerljivošću i uporabljivošću) osvajaju budućnost čovjeka. Filozofija koja se nekritički prilagođava tom svijetu mjerljivog i utrživoga, dosegnut će svoje vrhunce u vlastitoj samomjerljivosti (znanstvenim bodovima, pozicijama, hijerarhijama...) i u svom utapanju u znanost,²⁴ odnosno u postupnom, ali neumitnom padanju u zaborav.

Svjijest koju hipnotizira drugobivstvo vrtečih slika, svijest je podobna da se njom upravlja, pogodna za organizaciju, konformizam, politiku, diktaturu, izrabljivanje, trovanje lijekovima, izgladnjivanje ugovorima, finalna rješenja uvođenjem demokracije...

Svjijest koju hipnotizira drugobivstvo vrtečih slika, proizvod je drugobivstva vrtečih slika, tehničkih ekstenzija koje su čovjeku u susret izlazile usmjeravajući ga u područja u kojima upravo te ekstenzije određuju pravila igre.

Masovna hipnoza masovnih medija najmonstruozniji je oblik zamjenjivanja/provodenja demokracije manipulacijom, zavodenjem i kolektivnim hipnotiziranjem.

Koliki je grijeh filozofije u njenom propuštanju promišljanja medijske dimenzije svekolikog suodnošenja s drugobivstvom, uključujući i ono filozofske? Ako mjerimo po aktualnoj nam društvenoj nerelevantnosti filozofa i filozofije – ogromno; filozofija je propuštalala promišljati sveukupnost medijskih procesa, kao ono područje koje presudno utječe na izgradnju orijentira prema kojima se ravnamo. Rečenica nam je previše stremila ka cilju da bismo je stavljali u pitanje; slika je previše toga donosila da bi se učinila upitnom; tek je obilje nečega nekada nedostajućega otkrilo izlišnost mnogo čega. U situaciji smo da poput Sokrata koji je stajao na atenskoj tržnici da bi gledao „što mu sve ne treba“, i mi danas izlazimo iz dnevnog boravka zagušeni informacijskim smećem i odustajemo. Tko ima snage.

Rastemo i odgajamo se u inkubatoru medija. Od svjetlosti, zraka, vode kao zrcala, glasa, riječi, pokreta, znakova, plesa, rituala, pisma, pa sve do suvremenih programa svjetskih medijskih korporacija. Sasvim je svejedno tko su „urednici“ tih inkubatora. Novorodeni i nespremni, nemamo ni snagu, niti metodu suprotstavljanja. Nismo se učili u pitanje stavljati vlastito pitanje. Narcisoidno zagledani u veličanstvenost ljudske svijesti, nismo se zagledali u naličje, iskon, u prozu u kojoj ta svijest nastaje. Nespremni smo, a velika je mogućnost da, uvijek iznova, ako i ojačamo, može biti kasno – našim tijelom već će vjerojatno kolati navika obožavanja inkubatora.

Samoskrvljena nezelost danas se uglavnom odnosi na nerazumijevanje medija. U nerazumijevanju medija sadržano je nerazumijevanje povijesti pretvaranja/svođenja čovjeka u dodatak svojih izuma, servomehanizam strojeva, u objekt čije ponašanje mora biti mjerljivo, usporedivo i pogodno i podobno za analizu metodologija nekih novih Pavlova.

21 Logan, K. R., *The Extended Mind: The Emergence of Language, the Human Mind, and Culture* (Toronto Studies in Semiotics and Communication), University of Toronto Press, Scholarly Publishing Division, 2008.

22 Hansen M., *New Philosophy for New Media*, MIT Press, 2006.

23 Samo za nabranjanje autora koji idu ususret filozofiji medija trebao bi čitav tekst. U drugim tekstovima spominjali smo i Harolda Innisa, Regis Debraya, Franka Hartmannu, Paula Virilioa, Manuela Castellisu, Peteru Sloterdijku, Neilo Postmanu, Kalle Lasn, Stephen Dale, Jamesu W Carey, Paula Levinsonu, Arthuru Krokeru, Đivnu Vuksanović i mnoge druge.

24 U tom smislu Heidegger u tekstu *Kraj filozofije i zadača mišljenja* kaže: „Rastvaranje filozofije u samostojnoj znanosti, koje uzajamno sve određuje komuniciranju, legitimno je dovršenje filozofije.“ Heidegger M., *Kraj filozofije i zadača mišljenja*, Naprijed, Zagreb 1996, str. 401. Kad govor o „kraju filozofije“ Heidegger misli na dovršenje metafizike, na ono „u čemu se cijelina njezine povijesti sabire na svoju krajnju mogućnost“, na „početak svjetske civilizacije utemeljene u zapadno-europskom mišljenju“, ali i na zadaču mišljenja u budućnosti koju on vidi u „napuštanju dosadašnjeg mišljenja na određenom stvari mišljenja.“ Kada to imamo u vidu, kao i Heideggerovo inzistiranje na pojmu neskrivenosti koju smatra pogodnjom i adekvatnijom od pojma istina, onda smo na tragu slutnje da se filozofija mora prestrukturirati upravo u području njenog samog medija – mišljenja kao takvog. Vidjeti: Heidegger M., *Kraj filozofije i zadača mišljenja*, Naprijed, Zagreb 1996, str. 399-416.

Filozofija medija stavlja u pitanje Descartesov san.²⁵

Ideja i razumijevanje života reducirani su na život čovjeka, a život čovjeka na njegov racionalni dio; racionalni dio ljudskoga bića priznaje kao ljudsko samo ono što je na neki način uključivo u prosvjetiteljsku igru racionaliteta, suodnose utilitarnosti, u ideje mjerljivosti i operabilnosti.²⁶ Život čovjeka reduciran je na pravila posrednika. Zaborav naše određenosti pismom, pojmom, linearnošću pisanih teksta, bio je dobrom osnovom još dubljih zaborava. Više nismo niti sposobni shvatiti koliko smo određeni tim posrednicima. Povremeno se tek pobunimo kako se život u nerazumijevanju posrednika pretvorio u svakodnevno iščekivanje novih loših vijesti od glasnika kojega prihvaćamo olako i bez posebne provjere.²⁷

U pitanju su i svijet i filozofija (koja taj svijet u svom vremenu pokušava obuhvatiti mislima).

Svijet je u pitanju, jer su zrak i voda i ostala bogatstva zemlje igrana lažne demokracije i proizvodnjom žudnje uz pomoć masmedijskih kanala komuniciranja, oduzeti onima kojima pripadaju i pretvoreni u vlasništva lihvara skrivačućih pod maskom kapitalizma. O njihovoj nedodirljivosti brine ideologija neoliberalnog medijalizma, kao ideologija društva koje višak vrijednosti stvara/omogućuje viškom hipnotičke vidljivosti svojih proizvoda.

Filozofija je u pitanju jer samu sebe nije temeljito stavljal u pitanje; jer je rijetko i površno postavljala pitanje uvjetovanosti mišljenja, jer je stavljanjem spoznaje u vrh prioriteta, onemogućila mudrost drugih mogućih dimenzija čovjeka. Filozofija je u pitanju jer je, bježeći od proze nastanka proze gradila aruru koju su suvremeni masmedijski sumrak i zagušenja medijskih posredovanja, ogoljele do pitanja golog postojanja. Danas se moramo

vraćati duboko u povijest po dezideologizirane okamine procesa medijalizacije kako bismo se probili do spasonosne platforme za razumijevanje nas samih. Kamenićić u tom mozaiku nudi Regis Debray kada kaže: „Mikenski milenij 12. stoljeća prije Krista nije dopuštao linearnom fonetskom bilježenju misli da „sazre“. Izum se ograničio na kraljevsko područje, na kastu pisara, u svrhu birokratske regulacije. Atensko područje poznjelo je svoje prednosti nekoliko stoljeća poslije i preobrazilo postupak čuvanja tajnih zapisa unutar palače u sredstvo publiciranja zakona i objavljivanja građanske jednakosti u agoriji.“²⁸

Početak i kraj se dodiruju: Lefebre je s pravom pripomenuo da istovremeno moramo promišljati propadanje, prevladavanje, ali i ozbiljenje filozofije. Ricœur je dodao da refleksivna filozofija (upotpunjena znanjima psihoanalize i semiologije) mora krenuti prema interpretiranju (psihičkih i kulturnih) značkova. I Gadamer dolazi do komunikacijske dimenzije; njegova hermeneutika je praktična filozofija koja interpretira tekst i iskustvo koji nastaju u „komunikativnoj orientaciji prema svijetu“. Pa i Jaspers, kritizirajući doba u kojem ono zajedničko svijesti dolazi tek kroz tehniku i znanost. „Osvjetljenje komunikacije iz njezinih mnogostrukih izvora na način obuhvatnog, glavna je tema filozofiranja. Međutim, približiti komunikaciju ostvarenju u svim njezinim mogućnostima svagdašnja je zadaća filozofskog života.“²⁹

I tu bismo mogli izvlačiti riječi i rečenice koje svjedoče o putovanju prema svijesti o medijskom posredovanju svakoga puta. Ostavljajući budućnosti slatku zadaću interpretiranja cjelokupne povijesti mišljenja kroz vizuru filozofije medija, zaključimo s onim što je do sada rečeno i objavljeno:

Stara pitanja u digitalno doba multimedijalnih manipuliranja, korporacijskih osvajanja uz pomoć medija, u doba života unutar medijskog zatvora bez zidova – dobivaju novu težinu.

Tako i ono mišljenje: čemu filozofija, dobiva odgovor iz onog područja koje u tradicionalnoj filozofiji nije niti postojalo; filozofija je tu da problematizirajući sve oblike medijalizacije, te propitujući povijest svojih promišljanja, ukaže na značenje medijskih posredovanja, na sudbinsku ovisnost čovjeka o tehnikama posredovanja, te na nužnost razumijevanja medijskih posredovanja poradi izlaska iz virova medijskih i tehnoloških nesloboda. Otuda je filozofija medija bit onog filozofiskoga danas.

²⁵ Simon Penny podaje da je Descartes 1619 godine zapravo u snu dobio ideju/poruku „da bi trebao pronaći jedinstvo znanosti posve racionalnim terminima...“, odnosno da je „znanstvenu i tehnološku revoluciju“ pokrenuo/inicirao/mislio omogućio – jedan san. Penny, Simon: Virtualna stvarnost kao dovršetak projekta prosvjetiteljstva, Treći program hrvatskog radija 51/52, Zagreb 1997, str. 42.

²⁶ „Teorija sad znači: supozicija kategorija kojima se priznaje samo kibernetička funkcija, a poreči svaki ontološki smisao. Vlada ono operacionalno i modelično predstavljajuće računajuće mišljenje.“ Heidegger M., Kraj filozofije i zadaća mišljenja, Naprijed, Zagreb 1996, str. 402.

²⁷ Regis Debray u Media Manifestos piše: „Posrednik stvara zakon. Medijacija određuje narav poruke, odnos ima prvenstvo nad bićem. Drugim riječima, tijela misle, a ne um. Prisilja inkorporacije proizvodi korporacije – ta posrednička tijela i ustalone znanja, normirane i normativne, koje zovemo škole, crkve, stranke, udruge, društva misilicata itd.“ Citirano prema: Debray R.: Medijski manifesti, Treći program hrvatskog radija, uredio Čuić S., br. 51/52, Hrvatski radio, Zagreb 1997, str. 12.

²⁸ Ibid., str. 17.

²⁹ Čemu još filozofija, uredio Brkić J., CKD, Zagreb 1982, str. 229.

LITERATURA:

Heidegger M., *Kraj filozofije i zadaća mišljenja*, Naprijed, Zagreb 1996.

McLuhan, *Understanding Media*, Routledge & Kegan Paul, London 1964.

Medij jezika, u: *Metodički ogledi*, vol 17, 1-2, Zagreb 2010, 107-133.

McLuhan M. i Fiore Q., *The Medium is the Message*, An Inventory of Effects, Bantam Books, New York 1967.

The Global Village, Oxford University Press, New York 1989.

Alić S., *Ekstencija - medij - praksa (McLuhan u svjetlu pojma prakse Gaje Petrovića)* Časopis Zarez, br. 203, 5. travanj 2007.

Čemu još filozofija, CKD, Zagreb 1982.

Čemu još filozofija, uredio Brkić J., CKD, Zagreb 1982.

Flusser V., *Towards a Philosophy of Photography*, Reaktion Books, 2000.

Iconology: Image, Text, Ideology, University Of Chicago Press, Paperback Edition, 1987.

Williams R., *Television: Technology and Cultural Form*, Routledge 2003.

Nemačka, Nemačka između ostalog, BIGZ, 1980.

Kittler F., *Gramophone, Film, Typewriter*, Stanford University Press, 1999.

Kelner D., *Media spectacle*, Routledge, 2003.

Logan K. R., *The Extended Mind: The Emergence of Language, the Human Mind, and Culture* (Toronto Studies in Semiotics and Communication), University of Toronto Press, Scholarly Publishing Division, 2008.

Hansen M., *New Philosophy for New Media*, MIT Press, 2006

Martin H., *Kraj filozofije i zadaća mišljenja*, Naprijed, Zagreb 1996.

Simon P., *Virtualna stvarnost kao dovršetak projekta prosvjjetiteljstva*, Treći program hrvatskog radija 51/52, Zagreb 1997.

Sead Alić

Center for Philosophy of Media and Media Research, Zagreb, Croatia

WHAT IS THE POINT OF PHILOSOPHY / IF IT ISN'T PHILOSOPHY / OF THE MEDIA

Abstract

The title of the paper suggests several dimensions of questioning the meaning of the philosophy of media. The first level includes the text which questions the reasons for the existence of philosophy itself (Adorno, Habermas, Heidegger ...). The second level initiates the question: What is the point of philosophy if it isn't philosophy, is the level of questioning philosophy in relation to dimensions outside of the realm of philosophy that have influenced it throughout history. The third level examines the importance and necessity of precisely those methods and approaches developed by the great achievements of thinkers, who we consider (some more, some less) essential to the philosophy of media.

Key words: *Philosophy of media, grammar, language, Adorno, Habermas, technology, mass media*