

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 izvanfilozofijske dimenzije koje utječu na nju kroz cijelu povijest. Na trećoj razini propituje se važnost i nužnost upravo onog načina i pristupa kojega razvijaju vrhunski dometi mislilaca koje, neke manje neke više, smatramo bitnima za filozofiju medija.*

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

Filozofija kroz svoju dugu povijest nije baš bila sklona promišljanju pitanja medija¹, medijskog posredovanja, 'sredine', ekstenzija, 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. Rođena u krilu 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 uređenja svijeta. Svijetom

1 Tekst je zamišljen tako da pokušava odgovoriti na tri pitanja. Prvo je pitanje: *Čemu filozofija* i ono samoironijski nastavlja uz istoimene tekstove Adorna i Habermasa, i sada već gotovo pa tradiciju postavljanja istih i/ili sličnih pitanja. Drugo je pitanje: *Čemu filozofija ako nije filozofija*. Ovo se pitanje upućuje u smjeru otvaranju filozofije za ono što je ona morala biti, a što nije postala (Filozofija je danas više zarobljenik 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.

je zavlada gramatika. Filozofi su pravila gramatike aplicirali na mnogodimenzionalnost pojavnoga, kao i na višedulnost i multisenzibilnost ljudskoga bića.² Odnos filozofijskog Subjekta i filozofijskoga Objekta ima dakle gramatičko ishodište³ (temeljnih dijelova svake rečenice) i kao takvo nikada nije moglo inicirati razmišljanja o sustavima posredovanja. Posredovala je rečenica kao prikiveni medij, kao nevidljiva tehnologija, kao neupitnost koja pitanje medijskog posredovanja onemogućuje. Elektroničko i digitalno doba filozofijskoj je narcisoidnosti (u McLuhanovom smislu hipnotiziranosti medijem) gurnulo pod nos optički nesvjesno fotografije, plivajuću svijest filma, doživljaj misaone uronjenosti 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 filozofijski pojam razotkriva u svom oskudnom tipografskom ruhu. Ono preživjelo filozofije suočeno je sa suočavanjem narasle (medijske, političke, znanstvene, teorijske) svijesti, multimedijских tehnologija, orijentacija mišljenja na praksu, te uvida u zastarjelost mišljenja koje je htjelo svijet interpretirati iz pojma.⁴ Gramatički pristup razumijevanju svijeta koji svijet svodi na unaprijed određene 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 samoiskrivljenost 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/netransparentnost/nedokazivost medija muzama nadahnutih rima. Pobjeda proze (u kojoj se filozofija prepoznala) 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 Metodčki ogleđi, 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 delom 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 naviještano i što je njegovim mišljenjem inspirirano i inaugurirano, ovdje želi biti razrađeno osnovom za platformu mišljenja određenog sintagmom filozofija medija.

oko pojmova, najavu pokušaja da se strukturom povezanih pojmova (u nizu jedne beskrajne rečenice) objasni/razumije/ otkrije struktura svijeta.⁵

U tom kontekstu prostore Platonovog istraživanja odnosa pjesničke i filozofske riječi vidimo prostorom otvaranja zapadnoeuropske filozofskomedijske problematike. Relativno lako izvojevana 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 kao subjekta povijesti, objekta u rečenici kao drugobivstva – rezultiralo je zabludom poistovjećivanja Istine s istinom jednog medija – medija prozne (u sebi kompaktne, pravilne, logične provjerljive) rečenice.

U tom bi smislu Platona trebalo vidjeti uporišnom točkom filozofije medija, a seminari promišljanja Platonovih djela trebali bi više biti posvećeni propitivanju ove medijalne dimenzije koja je, u konačnici, presudila europskoj pa i svjetskoj civilizaciji.

Izostajanje univerzalne filozofijske kritičke misli u procesu izgradnje i realizacije novih umreženih kanala komunikacije rezultiralo je gubljenjem relevantnosti filozofijskoga 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 neosvijestene - 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 koncentrira se na sustav posredovanja imajući na umu spoznaju da je rezultat uvelike impliciran ekstenzijom koja se stavlja između subjekta i objekta.⁶

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) – Viena (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.

Filozofija medija stavlja u pitanje povijest filozofije, temeljne postavke filozofije, da bi osuvremenjena pogleda, snagom pri-zme razumijevanja medija, mogla uzeti mjesto koje zaslužuje u suvremenim zbivanjima.

Znanosti su kroz povijest zasijecale u sadržajni dio onoga či-me se filozofija bavila. Bez obzira na ograničenost, pa i ne-moćnost pojedinih znanosti da domisle određena područja, bez obzira na činjenicu da su znanstvena istraživanja nerijetko po-stala ekspliciranja metodologija (ne donoseći nikakva važnija rješenja/otkrića/zaključke); ostaje činjenica da se znanost nametnula sadržaju kvantificirajući ga, odnosno pretvarajući ga u operabilne činjenice.

Filozofija je, misli Adorno, vremenom postala struka, forma oslo-bođena od svih sadržaja forma koja više ne može biti niti „medij obrazovanja“⁷. Kada govori o tom „mediju obrazovanja“, mi-sli na medij koji bi eventualno ležao izvan tehnika ovladavanja životom koje su zavladaile svijetom.

Filozofija, dakle, ne može našim životima ponuditi niti nešto teo-rijski niti praktički relevantno. S druge strane, tehnike preživlja-vanja puno su bliže znanostima, a znanstvenici se jednostavnije snalaze u tom svijetu pretvorenom u muzej odbačenih (pročita-nih) tehnika preživljavanja, i/ili veliku agenciju za proizvodnju novih još kreativnijih tehnika preživljavanja.

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

Sadržaj je danost, postojanje, bitak, bivstvjuće. Ono filozofijsko tim sadržajem nije određeno. Najsažnija poruka filozofije nisu bila njena rješenja i misaone zgrade, nego ideja da se medijem mišljenja može dohvatiti svijet u cjelinu i kao takav razumje-ti. Temeljna poruka filozofije bila je (mcluhanovski mišljeno) medij kojega je nudila.

Sadržaj je ono što biva posredovano mislima, pjesmama, plesom, govorom, slikama...

Bit filozofijskog pristupa nije u operiranju danosti u kojoj smo se zatekli, nego u misli imanentnom sustavu posredovanja – mediju mišljenja kao takvom.

7 „Filozofija ne pruža više ni medij obrazovanja izvan tih tehnika kao u Hege-lovom razdoblju, kada se nekoliko kratkih desetljeća tada tanak sloj njemač-kih intelektualaca sporazumijevao u svom kolektivnom govoru.“ Citirano prema: Adorno T. W., *Čemu još filozofija*, CKD, Zagreb 1982, str. 25. (Pri-jevod prema prerađenom 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 filozofijskog pristupa, a riječ je o specifičnosti, pa i ograničenostima medija misli u filozofijskoj interpretaciji 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: „Filozofijsko 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 naziranje filozofsko-medijske 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 nepovučениh konzekvenci.

Odustajanje filozofije od govora o svojim tradicionalnim sadržajima i ustupanje mjesta znanostima o tim sadržajima (od antičkih koncepata svijeta filozofije prirode puno su bolji današnji koncepti fizike i astronomije), ne može za svoju konzekvencu imati nužnost pretvaranja 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 filozofija) filozofijskoj misli stidljivo najavljuje problem medijalnosti procesa suodnošenja čovjeka i svijeta, problem medijalnosti 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 medijacijske dimenzije kako filozofije same, tako i općenite medijacijske dimenzije čovjeka i drugobivstva.

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

Pitanje razložnosti (potrebe) takvog oblika refleksije kao što je filozofijska refleksija – evidentiralo je ne samo strah o izgubljenosti bitke sa znanostima iznjedrenim iz korpusa filozofijskih mudrosti, nego, što je još važnije, strah od gubljenja tla za svaki pokušaj mudrosti danas.

Pitanje kojim ulazimo u promišljanje mjesta, uloge i mogućnosti filozofije medija, Chomsky bi rekao, postavlja jedno od onih naivnih potrebnih pitanja; ironijski 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 filozofijskih postavki/rečenica/gnoma u obliku određenom oralnom kulturom koja je tada dominirala; pritom također mislim na određenost antičke filozofijske mudrosti sustavom gramatike grčkoga jezika; određenost filozofijske misli teološkom dimenzijom (iniciranom već filozofijskim suprotstavljanjem/dokazivanjem o primatu filozofijskog mišljenja nad proroštvima muza); descartesovom odustajanju od bitnih filozofijskih dimenzija 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 filozofijsku zgradu poput Hegelove.

Filozofija je oduvijek bila prije svega ostalog, mudrost u mediju jezika, mudrost koja je željela u riječi, pojmove, kategorije, smjestiti i ono racionalno i iracionalno, i svjesno i nesvjesno, i teorijsko i praktičko i poetičko, etc. U rezultatu smo imali „vrijeme oblikovano mislima“, iskazano jezikom... sa svim dobrim il 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 najavljivana 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

posreduje. Mijenja li se koncept istine bez promjene dominirajućih paradigmi ili, na drukčiji način postavljeno, od promjena sveukupnosti uvjeta koji postavljaju okvire. Konkretnije: Ima li razlike između antičkog uzrastanja do pitanja *aletheie*, pitanja istinskog ljudskog bivstvovanja u marksizmu, istinskog spasenja u teologiji ili religijskim objavama, te istinite informacije kao pretpostavke funkcioniranja 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, ideološkim, dimenzijama. Povezanost svih ovih segmenata proizlazi iz povezanosti/upućenosti 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 Fluscelovih analiza⁹, natječu 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 moguć 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 cjelokupnu povijest mišljenja, gledanja i doživljavanja reinterpreterati (gledajući sada iz nove vizure), ali može i zastati na michelovskom naglašavanju vizualnoga „obručići“ nas prema slici. Analize W. J. T. Mitchella¹¹ smatramo

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 interesa 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.

korisnom i bitnom linijom promišljanja u kontekstu sveukupnih promišljanja. Njegova metateorija (koja na neki način proizilazi iz Luckmannove i Bergerove teorije o društvenoj konstrukciji zbilje), naglašavajući medij slike, potcrtava 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 očinjega 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 pretvaranja 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.

Filozofija 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 odrednicu medija na „materijal društvene prakse“ kako je to učinio Raymond Williams¹⁴, ali će inkorporirati i tu dimenziju.

U medijskoj dimenziji potražiti 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 najizvornijih ljudskih stremljenja. Otuda je aktualni oblik društvene prakse, mišljen on na način Williamsa ili *praxis filozofije*, bitan za uspostavljanje horizonta ljudske slobode.

Filozofija medija, nadalje ne bi smjela enzensbergerovski misliti samo o dimenziji svojevrstne iskoristivosti medija za određene političke ciljeve, makar oni bili i potpuno prihvatljivi, ali će i tako misliti. U potpunosti je prihvatljiva Enzensbergerova kritika naivnosti mislilaca ljevice kada je riječ o

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 poretke 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 baudrillardovski biti zanesena virtualnim svjetovima slika. 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 virtualnoga svijeta nose u sebi gen čovjeka-kreatora, svjedoče o nepovratnoj jedinstvenoj konfiguraciji ljudskoga duha i duha vremena u kojemu nastaju.¹⁶

Mnoge dimenzije promišljanja treba imati na umu kada filozofijski 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 prostorima 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 ljudskoga tijela, Kittler u tehnologiji vidi neovisnu snagu koja ima svoju logiku napredovanja neovisnu o nama. Ovakva zaoštavanja teza i izvođenja konzekvenci iz postojećih tendencija, orijentiri 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.

15 Govoreći o industriji svijesti Enzensberger među ostalim bilježi: „Ona je u stvari, ključna industrija dvadesetog veka. Gde god se danas okupira ili oslobodi neka visokorazvijena zemlja, gde god dođe do državnog udara, revolucije, prevrata, novi režim ne osvaja prvo puteve i središta teške industrije, nego radio-stanice, štamparije i telegrafske službe.“ Citirano prema Industrija svesti u Nemačka, *Nemačka između ostalog*, BIGZ, 1980. U tekstu Kockice za jednu teoriju medija Enzensberger sugerira nespremnost studenata 1968. da zauzmu 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 dokumentarci o starom Rimu...Sve nam je teže zamisliti nešto stvarno, povijest, značenje vremena ili trodimenzionalni prostor kao što je prije bilo teško 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.

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, mekdonaldizacije, pretvaranja sporta 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 Inisova 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 softwarea 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 različitim) iz starogrčkih pokušaja razumijevanja svijeta prenose se u područje medija. Pokušaj univerzalne generativne gramatike Chomskog, 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

18 Kelner 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 Marchall 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 Kittlerovoj tezi o postmedijskoj situaciji nakon potpunedigitalizacije, štoćereći potpun nesvodivosti/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 filozofijske misli na ono korisno uspostavljanju svijeta kao onog vidljivog, mjerljivog, izvanjskog. Mjerljivo i utrživo u braku sa znanostima (koje svoju vjerodostojnost 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.

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 Hartmanna, Paula Virilioa, Manuela Castellsa, Petera Sloterdijka, Neila Poatmana, Kalle Lasn, Stephen Dale, Jamesa W Careya, Paula Levinsona, Arthura Krokera, Divnu Vuksanović i mnoge druge.

24 U tom smislu Heidegger u tekstu *Kraj filozofije i zadaća mišljenja* kaže: „Rastvaranje filozofije u samostojne znanosti, koje uzajamno sve odlučnije komuniciraju, legitimno je dovršenje filozofije.“ Heidegger M., *Kraj filozofije i zadaća mišljenja*, Naprijed, Zagreb 1996, str. 401. Kad govori o „kraju filozofije“ Heidegger misli na dovršenje metafizike, na ono „u čemu se cjelina njezine povijesti sabire na svoju krajnju mogućnost“, na „početak svjetske civilizacije utemeljene u zapadno-europskom mišljenju“, ali i na zadaću mišljenja u budućnosti koju on vidi u „napuštanju dosadašnjeg mišljenja na određenju stvari mišljenja.“ Kada to imamo u vidu, kao i Heideggerovo inzistiranje na pojmu neskrivenosti koju smatra pogodnijom 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 zadaća mišljenja*, Naprijed, Zagreb 1996, str. 399-416.

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

Svijest koju hipnotizira drugobivstvo vrtećih slika, proizvod je drugobivstva vrtećih 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/provođenja demokracije manipulacijom, zavođenjem i kolektivnim hipnotiziranjem.

Koliki je grijeh filozofije u njenom propuštanju promišljanja medijske dimenzije svekolikog suodnošenja s drugobivstvom, uključujući i ono filozofijsko? Ako mjerimo po aktualnoj nam društvenoj nerelevantnosti filozofa i filozofije – ogromno; filozofija je propuštala promišljati sveukupnost medijacijskih 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. Novorođeni i nesprenni, nemamo ni snagu, niti metodu suprotstavljanja. Nismo se učili u pitanje stavljanje vlastito pitanje. Narcisoidno zagledani u veličanstvenost ljudske svijesti, nismo se zagledali u naličje, iskon, u prozu u kojoj ta svijest nastaje. Nesprenni smo, a velika je mogućnost da, uvijek iznova, ako i ojačamo, može biti kasno - našim tijelom već će vjerojatno kolati navika obožavanja inkubatora.

Samoskrivljena nezrelost 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.

*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 operativnosti.²⁶ Život čovjeka reduciran je na pravila posrednika. Zaborav naše određenosti pismom, pojmom, linearnošću pisanoga 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 igrama lažne demokracije i proizvodnjom žudnje uz pomoć masmedijskih kanala komuniciranja, oduzeti onima kojima pripadaju i pretvoreni u vlasništva lihvara skrivajućih 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 stavljala 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 auru koju su suvremeni masmedijski sumrak i zagušenja medijskih posredovanja, ogoljele do pitanja golog postojanja. Danas se moramo

25 Simon Penny podsjeća 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/misao 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 poriče svaki ontološki smisao. Vlada ono operacionalno i modelično predstavljajuće-računajućeg mišljenja.“ 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. Prisila inkorporacije proizvodi korporacije – ta posrednička tijela i ustanove znanja, normirane i normativne, koje zovemo škole, crkve, stranke, udruge, društva mislilaca itd.“ Citirano prema: Debray R.,: Medijski manifesti, Treći program hrvatskog radija, uredio Čuić S., br. 51/52, Hrvatski radio, Zagreb 1997, str. 12.

vraćati duboko u povijest po dezideologizirane okamine procesa medijalizacije kako bismo se probili do spasonosne platforme za razumijevanje nas samih. Kamenčić u tom mozaiku nudi Régis Debray kada kaže: „Mikenski milieu 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 požnjelo je svoje prednosti nekoliko stoljeća poslije i preobrazilo postupak čuvanja tajnih zapisa unutar palače u sredstvo publiciranja zakona i objavljivanja građanske jednakosti u agori.“²⁸

Početak i kraj se dodiruju: Lefebvre 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) znakova. I Gadamer dolazi do komunikacijske dimenzije; njegova hermeneutika je praktična filozofija koja interpretira tekst i iskustvo koji nastaju u „komunikativnoj orijentaciji prema svijetu“. Pa i Jaspers, kritizirajući doba u kojemu 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 multimedijjskih manipuliranja, korporacijskih osvajanja uz pomoć medija, u doba života unutar medijskog zatvora bez zidova – dobivaju novu težinu.

Tako i ono mišljeno: 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 filozofijskoga danas.

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., *Ekstenzija - 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 prosvjetiteljstva*, 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*