

III PRIKAZI

Nenad Vertovšek: Prikaz knjige dr. sc. Seada Alića *Masmediji zatvor bez zidova.*

MEDIJSKA (NE)STVARNOST I PRODAVANJE VODE PORED RIJEKE

I. Od medij je poruka do filozofija medija je poruka

U prvom poglavlju djela *Masmediji, zatvor bez zidova*. *Tekstovi filozofije medija*, Sead Alić počinje razmatranjem misaone dimenzije medija, osviještene, koja poruku shvaća ne kao proizvod medija već medije kao „izvršitelje“ poruke čovjeka prirodi ili čovjeka čovjeku. Poziva na potrebu i/ili nužnost filozofije medija koja će misliti medije i medijima posredovani svijet kako ne bi bila zarobljena ili izgubljena ni u bezbrojnim porukama medija ni u porukama svijeta.

Masmediji su samo uža kategorija od medija koji traže promišljanje da bi otkrivali svijet, ističe autor i pita: Jesu li mediji (postali) važniji od poruke?, i dok ovu McLuhanovu „tip of the century“ pretvara u temelj propitivanja novih međuodnosa masmedija i jezika, slike, spoznaje čovjeka koji stalno promišlja o svojem posredovanom svijetu. Ako su mediji više od masmedija, kaže Alić, bitno je filozofijskim postavkama odrediti smisao i ulogu medija u današnjici, ali i budućnosti. Međutim, filozofsko propitivanje medija ne može proći i bez propitivanja filozofije same.

Stoga Sead Alić u knjizi *Put propitivanja* započinje pitanjima o (pra)povijesti jezika, pisma, hijeroglifa, slika kao odraza ljudskog duha. Stoga filozofiju medija shvaća ne kao bilokakvu filozofiju, već *samosujesnu i samokritičku koja se vraća svojim počecima, reinterpreтира povijest i oslobađa iz tradicije ono najkvalitetnije i predaje to budućnosti*. Ali pojam medija za njega nadilazi pojam pisanih riječi, televizije ili nekog audiozapisa, on se traži i u tehnologiji gušćeg pera, svjetlosti i ritma, gdje se, po Aliću, tu proširuje i produbljuje. Govoreći o mediju posredovanja Alić koristi tradicionalne filozofske postavke osnovnih vrijednosti ljubavi, spoznaje, istine, međuodnosa, ali i univerzalne i bezvremene učinke takvog promišljanja na posredovani svijet čovjeka. U tomu su mitske slike i poruke bliske i novom čovjeku Hegelova doba, ali i nekim novim promišljanjima koje će donijeti generacije čiji se očevi još nisu rodili.

Nadalje, Alić naglašava kako se *filozofija medija danas najavljuje kao ljubav posredovanja prema razumijevanju posredovanja na putu prema mudrosti*. U tom kontekstu, čini se po njemu, kao da Hegelove, Kantove ili Heideggerove napatke o prolaznosti ljudskog djelovanja i boravka na Zemlji, ali i vječnosti njegovih namjera i rezultata spoznaje možemo uvijek dobro primijeniti na suvremene modele posredovanja. U kojima se, međutim, moramo i zapitati – ako su mediji proizvod(i) čovjekova duha, zašto je, kada i u kojoj mjeri dopustio da upravo ti proizvodi oblikuju dalje sam čovjekov duh? Nadilazi li povijest medija, filma, glazbe, umjetnosti, danas ljudsku povijest. I tko je određuje?

Pitanje je to i čovjekovog bitka, ali i otuđene biti medija, no Alić virtuožno pitanje o smislu medija

traži i u etici, esteticima, kao i kulturi i umjetnosti, jer je multidisciplinarnost promišljanja čovjeka i (njegovih) medija neizbježna. Uz obilje obrazaca, stereotipa i virtualnih iluzija, valja nam (ponovo?) krenuti u *avanturu* filozofije, koristeći stare filozofske alate i oružja, ali i nova načela *novoshvaćenih* promišljanja. Sve ovo u Alićevim je *bljeskovima* zgusnutih misli koncizno i dosljedno povezano i obuhvaćeno kritikom najobičnijih činjenica suvremenog života, ali i dubinskim spoznajama skrivenih odnosa i trendova koji se tek naziru.

Medijske manipulacije, medijski zatvori bez zidova, proizvodnja iluzija i (ne)stvarnosti koju, nažalost, mnogi stvarni ljudi ne mogu prepoznati niti se u njoj realizirati, logična su posljedica suvremenog svijeta, počevši od demokratskih načela medija koji potpuno nedemokratski utječu na suvremeno društvo i pojedince pa do umreženih i zapletenih društvenih mreža koji (pre)često otuđuju i izoliraju više nego ikad ono društveno i ljudsko u nama.

No, trenutak svijeta u današnjem čovjeku, zorno pokazuje Alić, opet je kao stara kineska kletva i ideogram za krizu u kojem jedna polovica predstavlja šansu, a druga opasnost! Alić upozorava kako su suvremene tehnologije medijskih posredovanja ipak pomogle u osvještavanju, ali i utiranju puteva mogućih rješenja za probleme usamljenog pojedinca u suvremenom medijskom izobilju. Ako je to onaj Fortunin rog izobilja o kojem su snivali antički suvremenici i koji ih je pratio na dugim putovanjima, počecima privatnih i javnih poslova te vojnim pohodima, onda nam je i danas potrebna ta zaštitnica gradova. Fortuna se poistovjećivala i s velikom boginjom Izidom, sinkretičkim božanstvom neograničene moći – je li to možda samo slučajnost?

Ako je namjena prvih zapisa bila olakšati porobljavanje Drugih, onda nova masmedijska pismenost teži porobljavanju Nas. A kao i svaki dobar porobljivač, masmedijska scena cilja na ono najranjivije, pretvarajući djecu i naše mlade generacije u *medijske janičare* koji će jednom možda postati informatizirani roboti i koji će se dosađivati u našoj stvarnosti, a raditi, zabavljati se i voljeti u *pravoj* virtualnoj stvarnosti...

Alić pokazuje dosege ove stvarnosti u zanemarivanju prodora mediokritetskih razmišljanja, prizemnih ciljeva i animalnih strasti u medijsko posredovanje života, ali ne samo da se pita *odakle dolaze i kuda idu, već što su zapravo i što je čovjek zapravo s njima*. Odgovori nisu uvijek ugodni i namijenjeni samo nekakvoj intelektualnoj eliti, pa ni ukusima prosječne mase *zbunjenih ovčica* Waltera Lippmanna i/ili Noama Chomskog. Odgovori trebaju svakome iz navedenih ili ostalih kategorija koji nastoje, žele, pa čak i uspijevaju promišljati kritičke stavove sebe i drugih u novo virtualno doba.

Negdje eksplicitno, negdje između redaka i vjetrovitih poglavlja (koja nose pred sobom svaku sumnju kako živimo u zanimljiva medijska vremena) autor teorijski i praktično pobija katastrofične teze kako je sve izgubljeno. Naprotiv, ukazuje i kako još uvijek postoje nade i šanse u organiziranje i solidarnost onih koji još nisu povjerovali u opće medijske *istine* ili podržali prikrivene i zataškavane *laži* koje mediji u interesu Svoje istine, ne objavljuju. I to slično na *orvelijanske* vizije (medijskog) Mira koji je Rat i obrnuto. Vjerujemo jer je – doista – apsurdno.

II Jezik, stroj, slika, ljudski mozak, identitet...

Ako je u prvom, misaono oštrom, poglavlju Sead Alić postupno razotkrivao *jezik medija*, u drugom, posebno intrigantnom poglavlju *Jezik, stroj, slika, ljudski mozak, identitet...* on nastoji potaknuti na razmišljanje o *mediju jezika*. Najprije razmatra jezik prirode, razdoblje odvajanja ljudske misli od majke Prirode kroz magijska i misaona posredovanja u kojima se razvijalo ono ljudsko u pojedincima i grupama, gdje se razvojem jezika i pisma odvijala i prva komunikacija unutar grupe i prema tadašnjem svijetu. No, danas, pitanje mase i prvobitne ljudske komunikacije u kojoj se nalazi i razumijevanje sadašnjosti i budućnosti posredovanja, Alić vidi i kao potrebu konačnog postavljanja pitanja odnosa jezika i filozofije. U tom razmišljanju o posredovanju u svijetu ljudi i svijetu stvari on progovara o položaju čovjeka i njegovoj ulozi danas, opet posredovanoj u nekoj apsurdnoj otuđenoj igri Sudbine i Logosa.

Izuzetno produbljeni misaoni zahvati u samu srž pojmova Čovjek – Društvo – Mediji i stvarnosti kojoj pripadaju ti izrečeni pojmovi, drže nekako i u neizvjesnosti. Pitanje o *izvoru uključivanja* ljudskih promatrača u ovakvu stvarnost postaje i pitanje autora – koji ističe i Vattimovo povezivanje u ovom smislu bitnih mjesta Nietzschea, Heideggera, Wittgensteina, Benjamina, Marxa i McLuhana – pružaju li nam mediji šansu za razotuđenjem ili nas jednostavno vode u ništavilo Osobnosti? Odnosi kulture i tehnologije, znanosti i religije, povezivanja i razdvajanja, Nas i Njih, pitanje drevnog i budućnosti, globalizacije i unutarnje percepcije, lijeve i desne hemisfere mozga, Univezuma i kvanta, ovdje se prema Aliću svode i na to *da su prvi pokušaji ljudske spoznaje istovremeno i upoznavanje s medijem te spoznaje – jezikom*. Razmatrajući i secirajući sve dimenzije jezika medija i jezika kao medija, dolazimo konačno i do razdvajanja svjetla i tame, neba i zemlje, dolazimo i u postmoderno doba, kao i do smjernica kako nazvati ono doba koje će se tek pojaviti...

III. Poetičko ustrojstvo Logosa

U trećem – zadnjem ali za ukupnost ovih tekstova filozofije medija sigurno ne manje važnom – poglavlju *Poetičko ustrojstvo logosa*, Alić se, može se reći, *vraća kući* kroz jezik poezije i Mudrosti u kojoj i same riječi nisu dovoljne pa autor uvodi *poesis* kao (možda posljednju?) šansu da Čovjek progovori o samom sebi, a da se ne izgubi u poplavama riječi medija.

U naglascima na sonetni vijenac *Pred partituroom mora* Enesa Kiševića, koji daje poruke onom ljudskom u nama, Alić traži i proširuje tu potragu na ono ljudsko u svijetu, ali skriveno ili prerano otkriveno u svijetu tehnologije, gdje ljudskosti nedostaje sve više. Kišević, među ostalim, traži dijete, čovjeka i ženu, proučava njihov odnos, Alić to proširuje promišljanjem o smislu njihovog međuodnosa, počevši od djetinjstva jer, kako kaže, *put prema djetinjstvu misli put je prema prostorima u kojima nam je i bez znanja sve znano...* Današnje medijsko posredovanje zapravo je bijeg od slobode, od djeteta u nama koje ne prestaje pitati, te Alić postavlja i temeljno filozofsko pitanje otuđene medijske stvarnosti poezije - : tko se još o slobodi pita osim pjesnika? I Dijete i Sloboda i Riječ simboli su ljepote svijeta okaljanog (pre)svjetovnim pojednostavljanjem života.

Nestajanje Neizrecivog i Magijskog u poetičnosti vječnog života kao prolaznog fenomena tako je i odrastanje uma u čemu bitnu ulogu ima i jezik. Jezik je poezija misterija, a „*od pojave svetosti pisma svaka je vjera izgubila nešto od mitskih dubina misterija...*“

Rituali religija postadoše rituali suvremenih medija, posredovanja čovjeka i duhovnosti prema materiji i tehnici, pa se Alić pita zašto je danas nezamislivo ono što je najprirodnije da čovjek vjere može i želi ući u hram bilo koje religije, sabrati se i moliti. Babilonska je kula jezika uništila Jezik međusobnog razumijevanja, podjela na Nas i njih uništila je Vjeru ljubavi i sporazumijevanja. Mediji nam danas prodaju i jezik i ljubav što je i sukob mjerljivog i nemjerljivog. Nerazumijevanja Drugog jest nerazumijevanje Sebe u nama samima. Treba li nas samo Pjesnik vratiti emocijama i Drugima u nama i Sebe u Njima? Mudrost pjesnika je mudrost svijeta, upozorava Alić, pa umjesto da se zrcalimo u neponovljivim Drugima, zrcalimo se i umnažamo u istim ekranima što smo ih sami stvorili. Misao koja lebdi u pjesničkoj riječi misao je koja nam treba za promišljanje otuđenog svijeta gdje je riječ zapravo broj, a možda ni misao o nekom broju.

Čemu filozofija ako ne filozofija medija? – pita se na koncu Sead Alić i na temeljima tradicijskih pitanja filozofije otvara cijelo novo područje promišljanja o medijima, promišljanja medijskog posredovanja koje doista postaje jedno od temeljnih ljudskih problema i zagonetki otuđenih virtualnih svjetova. No, i o tome autor jasno piše, upravo bi jedna filozofija medija otkrila još šire i još dublje spoznaje o onom što nam je *tako blizu, a tako daleko*, Kantovskim čuđenjem posuto – zvjezdano nebo u našem pogledu i vlastitim etičkim i moralnim normama stisnuto ispod naše vlastite kože.