


Prema metasociologiji medija: otvaranje novih (i starih) istraživačkih pitanja

Teorijska bilješka

Paško Bilić  orcid.org/0000-0001-5174-7073

Institut za razvoj i međunarodne odnose, Zagreb, Hrvatska
pasko@irmo.hr

Najjednostavnije rečeno, mediji nisu ništa drugo do komunikacija koja se odvija izvan prostorne i vremenske, odnosno fizičke prisutnosti (Krotz, 2007; Thompson, 1995). U razdoblju globalne COVID-19 pandemije, koja se proširila svijetom u proljeće 2020., održavanje fizičke distance jedna je od mjera njezina suzbijanja. U tim okolnostima mediji postaju istaknut čimbenik održavanja šire društvene dinamike. Istraživanje je medija izrazito kompleksno interdisciplinarno polje u kojem se prepliću tradicionalne discipline poput psihologije, sociologije, ekonomije i politologije s kulturnim studijima, informacijskim znanostima i računarstvom. Obiluje brojnim teorijskim konceptima, često i teorijskim i metodološkim nepreciznostima i nedorečenostima. Čim društvenu važnost medija pokušamo teorijski argumentirati, dolazimo do nepregledne interdisciplinarnе kompleksnosti. U svojoj knjizi *Sociologija medija: rutine, tehnologija i moć* u izdanju Naklade Jesenski i Turk iz 2020. godine pokušavam reducirati tu kompleksnost na neke, osobito sociolozima, poznate koncepte i teoretičare. Namjera te knjige nije da bude iscrpna, jer bi takav rad zahtijevao publikaciju znatno šireg opsega te angažman većeg broja stručnjaka na projektu enciklopedijskog karaktera. Umjesto toga, cilj je knjige otvoriti teorijsku raspravu o posebnoj grani sociologije te ukazati na osnovne misaone poveznice između sociološke i medijske teorije.

Polazište je svim studentima sociologije dobro poznati pristup Georgea Ritzera. Ritzer (1988) ističe da je glavna zadaća sociološke teorije rasvijetliti međuodnose na mikro i makrorazini društvene stvarnosti te odnose između subjektivnih i objektivnih društvenih čimbenika. Pritom se ne stvara lažni privid teorijske uređenosti i jasno ocrtanih granica. Naprotiv, nastoji se ukazati na teorijsku raznolikost, pri čemu je metasociološki pristup svojevrsan način ovladavanja tom raznolikošću, odnosno alat za bolje razumijevanje i vrednovanje različitih teorijskih paradigmi i teorijskih pristupa. Polazeći od navedenih pretpostavki, u knjizi *Sociologija medija* predstavljaju se osnovne ideje odabranih teoretičara na mikro (npr. Simmel, Mead, Goffman, Berger, Luckmann), mezo (npr. Habermas, Foucault, Castells) i makrorazini (npr. Beck, Giddens, Marx). Pritom se propituje mogućnost definiranja sociolo-

gije medija kao metasociologije koja promišlja ulogu medija na različitim razinama društvene zbilje. Tako definirana sociologija medija istodobno ostaje otvorena teorijskim pristupima i analizama iz drugih disciplina. Uzmimo stoga navedeni metasociologijski ključ i promotrimo ga na primjeru COVID-19 pandemije i istraživačkih pitanja koja se o pandemiji i njezinim posljedicama mogu postaviti iz perspektive sociologije medija.

Teorija simboličkog interakcionizma jedna je od temeljnih socioloških teorija koja objašnjava društvenu interakciju u manjim društvenim skupinama. Često se ističe njezino značenje za razvoj sociologije u Sjedinjenim Američkim Državama, ali i za razvoj posebnih grana sociologije kao što je urbana sociologija. Znatno se rjeđe raspravlja o simboličkom interakcionizmu kao ključnoj teoriji za razumijevanje uloge komunikacije i medija u društvu. Važnost komunikacije isticali su njezini glavni teoretičari. Za Cooleyja (1909), komunikacija je mehanizam koji omogućuje postojanje i razvoj društvenih odnosa. Mead (2003) je isticao da je komunikacija ključni preduvjet za postojanje društvenog poretka. Stryker (2006) smatra da je društvo zapravo 'mreža komunikacije i interakcije'. Dakako, ovi teoretičari imaju na umu komunikaciju u okviru fizičke prisutnosti koja omogućuje interpretaciju simbola koje akteri u interakciji razmjenjuju. Međutim, izvan fizičke prisutnosti također se odvijaju brojni interakcijski procesi omogućeni medijima. Park (1940) je isticao da su vijesti samo jedan fenomenološki oblik znanja koje nam omogućuje razumijevanje širega društvenog konteksta. Berger i Luckmann (1992) su teorijski raspravljali o 'simboličkim univerzumima' koji sadržavaju širi društveni sustav simbola i komunikacije koja je razumljiva pripadnicima društva. U tom su smislu sociološkim teorijama na mikrorazini komplementarne brojne medijske teorije kao što je teorija domestikacije, istraživanja medijskih publika i recepcije medija u svakodnevicu, teorije konstrukcije i proizvodnje vijesti, itd. Posve je očito da je COVID-19 pandemija utjecala na veću usmjerenost na kućanstvo, nuklearnu obitelj i druge oblike suživota i individualnog preživljavanja kojima se održava sustav solidarnosti i brige. Međutim, usprkos fizičkoj izolaciji mediji otvaraju prostor širim interakcijama s proširenom obitelji, radnim organizacijama, političkim sustavom kroz percepciju informacija dostupnih preko medija, ekonomskim sustavom kroz potrošnju kućanstva i online trgovinu i slično. Rijetko je koja situacija u novijoj svjetskoj povijesti uzrokovala toliku fokusiranost društva na primarne društvene skupine. Sociologija medija može pomoći otvaranjem novih istraživačkih pitanja u kojima se propituje uloga medija u održavanju interakcijskih rituala primarnih društvenih skupina i/ili izoliranih pojedinaca.

Kad govorimo o mezorazini društvene zbilje, govorimo o društvenim odnosima koji posreduju između svakodnevice i širih društvenih struktura. Nizom teorijskih koncepata, kao što su sistem i svijet života, komunikativno djelovanje i javna sfera,

najviše je pridonio Habermas (1987, 1991). Javnu je sferu promatrao kao prostor u kojem se prepliću interesi države, ekonomije, civilnog društva i građana. U tom prostoru mediji imaju veliku ulogu pružanja ili uskraćivanja legitimacije akterima uključenim u proces komunikacije (Habermas, 2006). Habermas polazi od pretpostavke da je društveni konsenzus poželjan normativni cilj komunikativnog djelovanja, pod uvjetom da je to isto djelovanje slobodno i nezavisno. Foucault (1981, 1994), s druge strane, ističe trajnu borbu za prevlast u postavljanju dominantnih diskursa u društvu. Štoviše, kontrola diskursa i nadzor populacije jedan su od najizraženijih oblika moći (Foucault, 1999). Prostor previranja oko definicije zbilje otvaraju nejednako društveno distribuirane komunikacijske tehnologije. U tom je smislu nezaobilazno govoriti o umreženom društvu (Castells, 2000) kao o jednoj od ključnih odrednica koje definiraju suvremene odnose politike, ekonomije, različitih društvenih skupina i građana. Kako, s obzirom na takve teorijske pozicije, istraživati utjecaj i posljedice COVID-19 pandemije u društvu? Posve je jasno da je istinito i točno prenošenje informacija kriznog stožera ključno u provođenju pravodobne epidemiološke reakcije i kontrole širenja zaraze. Javna je medijska sfera prostor u kojem se proizvode, distribuiraju i konzumiraju informacije od presudnoga sistemskog značenja. Međutim, s uporištem u mezosociološkim teorijama trebalo bi se pitati na koji je način takav sustav komunikacije organiziran tijekom i poslije pandemije. Kakvi se diskursi proizvode i distribuiraju medijima u razdoblju pandemije? Kako građani reagiraju na takve diskurse? Prepoznaju li političke interese utkane u medijske diskurse? Koja je uloga komunikacijskih tehnologija za proizvodnju, distribuciju i potrošnju informacija tijekom i nakon pandemije? Kako je organizirana online kupovina i trgovina? Kako je organizirana državna administracija? Kako je organiziran obrazovni sustav posredstvom medija?

Različiti makroteorijski pristupi mogu pomoći u preispitivanju navedenih promjena na razini cjelokupnoga društvenog sustava. Pandemija je dovela u pitanje temelj modernih društava i njihov pravni, politički i ekonomski poredak. Mediji u liberalnom poretku imaju presudnu ulogu kao sustavi moći i kao mreža društvenih odnosa (Murdock, 1993). U razdoblju pandemije proces globalizacije gotovo je posve zaustavljen zatvaranjem nacionalnih granica i kretanja stanovništva, a teorijski pristupi koji su isticali refleksivnost društvenog života (Beck, 1992; Giddens, 1996) ostaju limitirani u dvjema ključnim dimenzijama. Prvo, Beck je isticao da se u društvu rizika stvaraju novi antagonizmi između onih koji proizvode definicije rizika i onih koji ih konzumiraju. Iako se u toj tvrdnji vide zametci analize medija, oni ostaju izvan Beckova teorijskog dosega. Drugo, isticanjem latentnih učinaka, neočekivanih i nenamjeravanih posljedica društvenog djelovanja, Beck i Giddens brišu odgovornost društvenih aktera za neke od najradikalnijih društvenih promjena koje su posljedica ekspanzije kapitala (npr. ekološke posljedice, klasne

nejednakosti itd.). Odgovornost je, iz perspektive refleksivne modernizacije, teorijski zarobljena u nedorečenoj dinamici refleksivnosti i tehnološkog napretka. Kritika političke ekonomije medija (McChesney, 2013; Mosco, 2009; Hardy, 2014) koja se oslanja na neke od temeljnih Marxovih ideja, medije ne promatra samo kao sustav nadgradnje, ideja i simbola, nego kao društveni sustav koji ima svoju materijalnu osnovu u odnosima moći i nejednakoj distribuciji društvenih resursa i definicija zbilje. Pritom je važno razumjeti ulogu medija kao ključnog čimbenika ekspanzije kapitala (Schiller, 1999) i potrošačkog društva te jedne od ključnih poluga legitimacije nejednakih društvenih odnosa. Neka od istraživačkih pitanja koja se mogu postaviti iz makroperspektive sociologije medija su sljedeća. Kako pandemija utječe na učvršćivanje monopola globalnih digitalnih platformi i porast njihovih prihoda (npr. Amazon)? Kakva je uloga globalnih platformi u poticanju potrošnje (npr. Google, Facebook)? Kakav je utjecaj digitalne ekonomije na okoliš? Koja je uloga nacionalnih država u reguliranju takvih ekonomskih aktivnosti u poluperifernim zemljama? Kako nacionalne države s pomoću medija koncentriraju političku moć? Kakav je prostor za alternativna djelovanja? Kako unaprijediti i zahtijevati snažniju demokraciju?

Osim ovdje prikazanih teorijskih polazišta, knjiga *Sociologija medija: rutine, tehnologija i moć* razmatra brojna druga polazišta za koja u kratkom pregledu nema dovoljno mjesta. Treba također istaknuti da knjiga ne nudi direktne odgovore na hipotetska istraživačka pitanja koja smo postavljali. Ona daje teorijske osnove za mikro, mezo i makroanalizu medija u društvenom kontekstu. Dakle, ključni argument knjige nije u tome da propisuje ispravna teorijska usmjerenja, nego da teorijski propituje ulogu medija na različitim razinama društvene zbilje. Kao što tvrdi Wahl-Jorgensen (2013), istraživanje je medija i masovne komunikacije poput Rorschachova testa, jer u njemu svatko vidi nešto drukčije i od toga nešto drukčije napravi. Kad govorimo o interakciji između sociologije i medijske teorije, također treba imati na umu poroznost granica između dviju disciplina te različite strategije kojima se te granice objašnjavaju, definiraju i prožimaju. Kao što naglašava Katunarić (2009), postoje različiti oblici interdisciplinarnosti: intradisciplinarna interdisciplinarnost i interdisciplinarnost u standardnom smislu. Odabir strategije u konačnici ovisi o osobnom izboru. Bez obzira na ishod i mjeru takvog prožimanja, komunikaciju treba razumjeti kao osnovu društvenih odnosa (Meštović, 1978). Kad komunikaciju i medije shvatimo kao neke od osnovnih odrednica objektiviranih društvenih odnosa, možemo razumjeti važnost komunikacije i medija na mikro, mezo i makrorazini društvene zbilje. Na taj način možemo uvidjeti važnost komunikacije za stabilizaciju (i destabilizaciju) društva u brojnim fenomenima kao što su posljedice COVID-19 pandemije.

LITERATURA

- Beck U (1992) *Risk Society: Towards a New Modernity*. London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE Publications.
- Berger P i Luckmann T (1992) *Socijalna konstrukcija zbilje: rasprava o sociologiji znanja*. Zagreb: Naprijed.
- Bilić P (2020) *Sociologija medija: rutine, tehnologija i moć*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.
- Castells M (2000) *Uspon umreženog društva*. Zagreb: Golden marketing.
- Cooley CH (1909) The Significance of Communication. https://brocku.ca/MeadProject/Cooley/Cooley_1909/Cooley_1909_06.html (20. travnja 2020.)
- Foucault M (1981) The Order of Discourse. U: Young, R. (ur.) *Untying the Text: A Post-Structuralist Reader*. Boston, London and Henley: Routledge & Kegan Paul, 51-78.
- Foucault M (1994) *Znanje i moć*. Zagreb: Nakladni zavod Globus.
- Foucault M (1999) *Discipline and Punish: The Birth of the Prison*. New York: Vintage Books.
- Giddens A (1996) *The Consequences of Modernity*. Cambridge: Polity Press.
- Habermas J (1987). *Theory of Communicative Action Volume 2: Lifeworld and System: A Critique of Functionalist Reason*. Boston: Beacon Press.
- Habermas J (1991). *The Structural Transformation of the Public Sphere*. Cambridge: MIT Press.
- Habermas J (2006). Political Communication in Media Society: Does Democracy Still Enjoy an Epistemic Dimension? The Impact of Normative Theory on Empirical Research, *Communication Theory*, 16 (4): 411-426. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2006.00280.x>
- Hardy J (2014). *Critical Political Economy of the Media*. London, New York: Routledge.
- Katunarić V (2009). Building Sociological Knowledge within and across Disciplinary Boundaries: Megalomania vs. Modesty?, *Innovation: The European Journal of Social Science Research*, 22 (2): 201-217. <https://doi.org/10.1080/13511610903075795>
- Krotz F (2007). *Mediatisierung: Fallstudien zum Wandel von Kommunikation*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- McChesney RW (2013). The Political Economy of Communication: An Idiosyncratic Presentation of an Emerging Subfield. U: Nerone J (ur.) *The International Encyclopaedia of Media Studies, Volume One: Media History and the Foundations of Media Studies*. Malden, Massachusetts: Wiley-Blackwell, 657-683.
- Mead GH (2003). *Um, osoba i društvo sa stajališta socijalnog bihevoriste*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.
- Meštrović M (1978). Komunikacijska suština društvenosti. U: Meštrović M (ur.) *Društvenost komunikacije*. Zagreb: Zavod za kulturu Hrvatske, 43-70.
- Murdock G (1993). Communications and the Constitution of Modernity, *Media, Culture & Society*, 15 (4): 521-539. <https://doi.org/10.1177/016344393015004002>
- Mosco V (2009). *Political Economy of Communication*. London: SAGE Publications
- Park RE (1940) News as a Form of Knowledge: A Chapter in the Sociology of Knowledge, *American Journal of Sociology*, 45 (5): 669-686.
- Ritzer G (1988). Sociological Metatheory: A Defense of a Subfield by a Delineation of Its Parameters, *Sociological Theory*, 6 (2): 187-200.

- Schiller D (1999). *Digital Capitalism: Networking the Digital Market System*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Stryker S (2006). Traditional Symbolic Interactionism, Role Theory and Structural Symbolic Interactionism: The Road to Identity Theory. U: Turner JH (ur.). *Handbook of Sociological Theory*. New York: Springer, 211-232.
- Thompson JB (1995) *The Media and Modernity*. Cambridge: Polity Press.
- Wahl-Jorgensen K (2013). The Chicago School of Sociology and Mass Communication Research: Rise, Rejection, Incorporation and Rediscovery. U: Nerone J (ur.). *The International Encyclopaedia of Media Studies, Volume One: Media History and the Foundations of Media Studies*. Malden, Massachussets: Wiley-Blackwell, 525-548.