

---

DIVNA VUKSANOVIĆ

---

Univerzitet umetnosti u Beogradu, Fakultet dramskih umetnosti,  
Katedra za teoriju i istoriju, Beograd

UDK 316.774:174  
316.77:172

# ETIKA I DISLEKSIIJA: GRANICE MEDIJSKE KULTURE

---

**Apstrakt:** *Tekst<sup>1</sup> problematizuje status etike medija u odnosu na opšteteorijski diskurs, ispitujući mogućnosti njenog utemeljenja kao primenjene etičke discipline. Najpre, u članku se sagledava odnos etike medija prema tradicionalnim etičkim shvatanjima najrazličitijih orijentacija i škola mišljenja, a potom se preispitivanja preokreću u smeru karakteristične medijske problematike. Spekulativni rezultati kritičkih refleksija povodom predmeta kao što je savremena etika medija vode do zaključka da je u današnjem vremenu, a usled sve većeg društvenog uticaja medija masovnih komunikacija i tzv. novih medija, možda adekvatnije govoriti o fenomenu medijske običajnosti, a na temelju klasičnog Hegelovog koncepta "običajnosti" (Sittlichkeit), nego o etici medija, zasnovanoj na pravnoj regulativi u ovoj oblasti, odnosno na individualističkim shvatanjima građanskog morala. Ovome idu u prilog i teorijska shvatanja Maršala Makluana, kao i Pola Virilija, koja se, takođe, problemski razmatraju i aktuelizuju u ovom prilogu.*

**Ključne reči:** *etika medija, pravo, moral, običajnost, medijska pismenost*

*O Zaratustra, evo ovde velikog grada (...)  
Ne osećaš li već zadah iz klanica i aščinica duha?  
Ne puši li se ovaj grad od isparenja zaklanog duha?*

---

<sup>1</sup> Tekst je nastao kao rezultat istraživačkog rada na projektu "Umetnost i mediji u funkciji evropskih integracija: Srbija 2000-2010", koji se realizuje na Institutu za pozorište, film, radio i televiziju Fakulteta dramskih umetnosti u Beogradu, a koji finansira Ministarstvo nauke i tehnološkog razvoja Republike Srbije u kojem je zaveden pod brojem 149004.

*Ne vidiš li duše kako vise poput mlitavih prljavih dronjaka? –  
a oni još od tih dronjaka prave novine!*

*Ne čuješ li kako je ovde duh postao igrarija reči?  
I on sad povraća odvratne splećine reči!  
– I od takvih splećina oni prave novine.*

*Oni huškaju jedni druge, a ne znaju kamo? (...)*

*Oni su hladni i traže toplinu u rakiji prepečenici,  
uspaljeni su i traže osveženje u zamrzlom duhu,  
svi su zaraženi i boluju od javnog mnjenja.*

*Sve požude i poroci ovde su kod kuće, ali ima i vrlih,  
ima tu mnogo vrline spremne da služi... “*

(Fridrih Niče /Nietzsche/)<sup>2</sup>

U aktuelnoj stručnoj, to jest teorijskoj produkciji termina i njima odgovarajućih pojmova vezanih za sferu etike medija, ustalila se praksa da se o ovim fenomenima govori relativno neutemeljeno, pokatkad bismo rekli i – dogmatski, iz polaznih pretpostavki koje se, poput aksioma, nekritički postavljaju i nadalje, odgovarajućim konceptualnim radom na samima sebi, istinski ne dovode u pitanje. Kada to kažemo, ne mislimo, pri tom, na nedostatak izolovanih kritičkih opservacija (i, najčešće, instrukcija, postavljanja različitih normativnih premisa, etc.) kojima se dovodi u pitanje određena vrednosna orijentacija u domenu poslovanja medija, kao i njihov “profesionalizam”, i, eventualno, društveno prihvatljiv kritički/politički/ideološki angažman u današnjem vremenu, a koji je najčešće podveden pod problematični kompleks ideje političke korektnosti.<sup>3</sup> Jer, medijski empirizam, u ovom pogledu, svakodnevno nam pridonosi obilje podataka čijom se analizom može ustanoviti kršenje određenih etičkih standarda, njihovo izokretanje, zloupotreba, i tome slično, što je ipak samo jedna, najčešće upadljivo vidljiva strana ovog složenog problema istraživanja.

U tekstu koji sledi, međutim, nećemo se baviti empirijom, niti pak određenim medijskim sadržajima, koji su prikladni, odnosno neprikladni za medijsku

---

<sup>2</sup> Fridrih N., *Tako je govorio Zaratustra*, Knjiga za sve i nikoga, Rad, Beograd 1993, str. 130.

<sup>3</sup> Virilio (Virilio) bi, primera radi, ovo preformulisao u tzv. “optičku korektnost”.

reprezentaciju. Razlozi za to su dvostruki. Najpre, čini se da su mediji, sa stanovišta posmatranja tzv. sadržinske etike, te empirijskih pokazatelja određenih vrednosti, prvenstveno korišćenjem induktivne metode zaključivanja, u dovoljnoj meri teorijski obrađeni, bilo da je reč o rodnim, klasnim, rasnim ili pak o onim raspravama što se tiču pitanja nasilja, ratova, terora i/ili eksploatacije seksualnosti i drugih trivijalija u području medijske delatnosti. Osim toga, sadržinski pristup etici, najčešće prisutan u literaturi o medijima, može izazvati zabunu povodom razumevanja moralnih pitanja pokrenutih u oblasti delovanja medija, koja više govore o etičkoj problematici kao takvoj, nego o vrednosnim potencijalima samih medija o kojima je reč.

S ovim u vezi, valja naglasiti da je osnovni cilj rada da kritički preispita same postulate medijske etike, tj. da problematizuje teorijski status ove primenjene discipline, sagledan u kontekstu kako opšte etike, tako i prirode samih medija, a posebno u današnjem vremenu. Ovo stoga što se, prema našem shvatanju, ovakva temeljna neupitnost u odnosu na etiku medija, kao noviju teorijsku disciplinu, bezmalo pretvorila u religijsku vezanost u odnosu na ovu problematiku, sa sve učestalijim, propratnim moralizacijama i nekakvom *ad hoc* definisanom, interpretativnom konvencionalnošću, zasnovanom na delimičnom ili posvemašnjem nepoznavanju granica i mogućnosti primene različitih etičkih principa, i na njima zasnovanih tumačenja, na oblast medija i elektronske kulture uopšte.

Naime, mnogobrojne rasprave koje se vode u ovom pravcu medijskih istraživanja, a što bi trebalo "običajno" da regulišu ponašanje medija u sferi morala i, uopšte, vrednosti, uglavnom su zasnovane na intuitivnim zapažanjima ili na uobičajenom rezonovanju,<sup>4</sup> tj. na onim pretpostavkama koje impliciraju posto-

---

<sup>4</sup> Krajnje pojednostavljeno rečeno, pitanja etike, svedena na orijentaciono razlikovanje onoga što je ispravno, odnosno onoga što pripada pogrešnoj moralnoj praksi ("Questions of ethics are, by definition, issues of right and wrong"), primenjena na oblast medija masovnih komunikacija, tiču se "delikatnog balansa između društvenih interesa i interesa individua, grupa i institucija kao što su štampa ili vlada" (prev. D. V.). U: *Taking Sides, Clashing Views on Controversial Issues in Mass Media and Society* (Sixth Edition, Selected, Edited and with Introductions by Allison Alexander and Jarice Hanson), McGraw-Hill/Dushkin, USA 2001, str. 85.

janje nekakvog univerzalnog etičkog “sistema vrednosti”, koji bi valjalo bezuslovno aplikovati na celokupnu medijsku stvarnost, najčešće u smislu donošenja, a potom i primene odgovarajućih rezolucija, konvencija, kodeksa ponašanja,<sup>5</sup> oko kojih postoji (trenutni) konsenzus u javnosti, a u pogledu projektovane, tj. poželjne medijske i socijalne prakse. Međutim, delokrug zadržavrazumskih preispitivanja ovim se nipošto ne zaključuje, jer u korpus moralnih pitanja prisutnih u domenu medija, spada, posmatrano sa stanovišta deontološke etike, i kompleks “konflikata dužnosti”, prema sebi, publici, medijskim poslenicima, profesiji, kao i, naravno, čitavom društvu. Protivno ovakvim generalizovanim rešenjima, koja su, pod vidom pseudodiskusija sprovedenih u oblasti etike medija, zapravo, prevashodno političke, a u krajnjoj instanci, i ekonomske prirode, pitanje etičkih stavova i moralnih mnjenja, koja se sporadično pokreću u medijima, ili iz njih proishode, valjalo bi razmatrati u drukčijim problemskim okvirima, a koji se tiču ispitivanja medijskog zahvatanja u vrednosne paradigme s jedne, i onih etičkih modaliteta koji su uistinu primenljivi u sferi analitike i kritike medijske kulture, s druge strane.

Najpre, u skladu sa zahtevom teme i predmetom istraživanja, tj. odnosa koji bi se mogao uspostaviti između etike, kao filozofije morala, i medijske problematike, generalno uzevši, valjalo bi već na početku naglasiti, ne samo terminološku, nego i suštinsku razliku što postoji među različitim interpretativnim polazištima i pristupima, a koji se tiču oblasti etike, kao aksiološke discipline. Poznato je, naime, da preispitivanja vrednosti u mnogome zavise od teorijske orijentacije u okviru koje se pojedina etička pitanja, kao takva, uopšte postavljaju, te teorijski raspravljaju (deontološki, utilitaristički, pragmatički, teleološki, metaetički, kao i svi ostali, mogući pristupi). Otuda je, s

---

<sup>5</sup> Izvori navode da je najstariji etički kodeks u domenu medija donesen, a zatim i usvojen, godine 1923. u Americi – bio je to *Cannons of Journalism of the American Society of Newspaper Editors*. Potom je usledila i pojava kodeksa koji su se odnosili na oglašavanje, emitovanje (*broadcast*), kao i odgovarajuću medijsku praksu u oblasti odnosa sa javnošću (*public relations*). Vid. o tome, John Vivian, “Ethics and Mass Media”, in: *Annotated Instructor’s Manual of The Media of Mass Communication* (Fifth Edition), Allyn and Bacon, Boston, London, Toronto, Sydney, Tokyo, Singapore 1999, str. 491.

obzirom na nedostatak interpretativnog (vrednosnog) konsenzusa unutar same discipline, analoški gledano, nemoguće govoriti o jednoj i samo jednoj medijskoj etici, već je, u ovom slučaju, neophodno biti obazriv i držati se plurala – dakle, različitih medijskih etika.

Ovo, istovremeno, ne znači i da je ovde na delu pokušaj da se u interpretativnoj sferi koja se tiče ukupne medijske scene – ma šta to značilo – “na mala vrata”, pored epistemološkog, uvodi u opticaj i etički relativizam, jer rasprava o medijskoj etici tada, prema našem mišljenju, ne bi bila smisljena, a potom ni moguća. Ovde posebno želimo da apostrofiramo nužnost ukazivanja na određeno teorijsko polazište, odakle se otpočinje s odgovarajućom analizom – valjalo bi, naime, uvek naglasiti relevantnost polaznih pretpostavki za svako tumačenje proisteklo u ovoj oblasti, a s obzirom na određeno interpretativno stanovište i orijentaciju mišljenja – bar kako tvrde eksperti za pitanja medijske etike – a u pogledu toga, da li se pri tumačenju određenih vrednosnih sadržaja, prisutnih u medijima, polazi od principa, procesa ili efekata medijskog delovanja, od čega će zavisiti i rekonstrukcija celokupnog okvira, odnosno odgovarajući model analize.

Slično, i evidentne razlike u pogledu fokusiranosti na polazne principe, procese ili na krajnji cilj nekog medijskog dejstva, mogu biti od krucijalne važnosti za odnošenje prema medijima, tj. za procenu vrednosti njihovog ukupnog praktičkog delovanja. Nesumnjiva heteronomija vrednosnih sadržaja i polazišta, koje smo se ovde samo ovlašno dotakli, ukazuje na to da medijska sfera, u odnosu na etička pitanja, može predstavljati trajni interpretativni i kritički izazov za sve one teoretičare i praktičare koji pokušavaju da tematizuju relaciju što se uspostavlja između jednog beskonačnog polja posredovanja, kao što je to oblast medija danas (a što obuhvata kako stare, tako i masovne i tzv. nove medije komunikacija), i refleksije o ovim složenim posredovanjima, koja bi trebalo da ima i direktne reperkusije, kako na samu stvarnost, tako i u njenom medijskom ogledalu.

Ovom prilikom, vredelo bi istovremeno ukazati i na mogući prigovor što se tiče većine empirijskih pristupa medijima koji su zasnovani na analizama sa-

držaja, bilo kvantitativnim ili kvalitativnim, kao i nekom opštem, iskustvenom stanovištvu istraživanja (teorije recepcije, istraživanja publike, pitanja određenja granica privatnosti, i sl.), pošto se, nasuprot tome, primera radi, formalistički pristup medijima i njihovoj etičkoj dimenziji, uglavnom svodi na makluanovsku konstataciju da je medij poruka, pri čemu se ovaj, za savremenu etiku medija izuzetno značajan vrednosni sud obično dalje ne elaborira, niti pak reflektivno kapitalizuje, kao predložak za ona istraživanja koja dovode do preispitivanja prirode (ontologije) samih medija, te njihove potencijalne i realne uloge u proizvodnji, strukturaciji i artikulaciji vrednosti, čiji je glavni nosilac tehnika, kao i ideja tehničkog napretka, primenjena u društvenom i kulturnom životu određene sredine.<sup>6</sup> Makluan (McLuhan) je, u ovom kontekstu razmatranja, što se tiče pitanja same mogućnosti medijske etike, nezaobilazan kao mislilac, a posebno kada je reč o ideji da mediji, poput obrazovanja ili religioznih ubeđenja, formulišu jednu vrstu društvenog “folklor”, formirajući time njegova verovanja, običaje i vrednosti.<sup>7</sup>

Navedena pitanja i dileme svakako su načelne prirode, i tiču se problema, kako opšte etike, tako i svih primenjenih vidova istraživanja, pa i njene aktuelne medijske kontekstualizacije, ali su ona u teoriji, a pogotovo u žurnalističkoj i mas-medijskoj praksi, često ostavljena po strani, dok su, ponekad, prepuštena i potpunoj odsutnosti iz projektovanog horizonta etičkih tumačenja i očekivanja. Slično vredi i za samu oblast upotrebe novih tehnologija i medija. Ono što se najčešće podrazumeva i nekritički etablira, jeste da su mediji, zajedno s tehnologijom koja im je u osnovi, bilo vrednosno neutralni, ili, po definiciji, teže “pro-

<sup>6</sup> “All media work us over completely”, tvrdi Makluan, nastavljajući, u autoironičnom duhu, preispitivanje svoje osnovne teze: “They are so pervasive in their personal, political, economic, aesthetic, psychological, moral, ethical, and social consequences that they leave no part of us untouched, unaffected, unaltered. The medium is the message. Any understanding of social and cultural change is impossible without a knowledge of the way media work as environments.” McLuhan M., Fiore Q., *The Medium is the Message, An Inventory of Effects*, Co-ordinated by Jerome Agel, Bantam Books, USA, 1967, str. 26.

<sup>7</sup> Meggs B. Ph., “Introduction to the Fiftieth Anniversary Edition”, in: McLuhan M., *The Mechanical Bride*, Folklore of Industrial Man, Gingko Press, 2002, str. x

gresu”, a ima i onih mišljenja koja zagovaraju ideju da su mediji po sebi loši i da artikulišu i pronose isključivo vrednosno negativne poruke. Uglavnom, one etičke tendencije, koje se javljaju u vezi s pojavom novih kompjuterskih tehnologija i digitalnih medija (poput interneta, na primer) najčešće se, posve mehanički, dovode u relaciju sa tradicionalističkim shvatanjima morala i humanističkih vrednosti, što smatramo da je bar delom pogešno, i da, u osnovi, promašuje suštinu novonastalih razlika.<sup>8</sup>

Uobičajeno je, takođe, da se danas svet medija tretira kao (vremenski) kontinuitet i celina, koja, pri tom, svojim vlastitim postojanjem konkuriše onoj umnoj, kao i svakoj drugoj stvarnosti. Ukoliko etička učenja, na primer, kantovski percipiramo kao sferu (kritike) praktičkog uma, upravljanoj prema preširoko postavljenim, regulativnim idejama ka kojima se – što navodno unapred “znamo” – kreće svako medijsko posredovanje, to onda ima (još) smisla govoriti o medijima i odgovarajućem pojmovnom posredovanju u kategorijama etike, mišljene kao kritike. No, pošto je ovo posredovanje prvenstveno čulne (estetske), odnosno tehničke prirode, to se sudbina etike i njenih moralni sudova, danas nužno vezuje za područje estetike, čime ona i nadalje obavlja (čuva) aksiološku funkciju određenog tipa vrednovanja u današnjem svetu.

No, markiranjem ovakvih i sličnih dilema, još se krećemo u sholastičkom krugu ispitivanja tradicionalne, odnosno građanske filozofije morala, i to u rasponu od sadržinske etike antičkog stoicizma, pa sve do kantovskog rigorizma i formalizma. Baveći se, u ovom opštem kontekstu, aktuelnom medijskom paradigmom i njoj odgovarajućim vrednostima, pitanje je da

---

<sup>8</sup> “Kompjuterska tehnologija”, kako primećuje Debra Dž. Džonson (Johnson), “stvara novi vid oblikovanja ljudskih postupaka, i na planu individualnog postupanja i na planu institucionalnih aranžmana. To menja sam karakter nekih postupaka. Ona omogućava postupke i aranžmane koji ranije nisu bili mogući”. I dalje, “Etička analiza nije se tradicionalno niti eksplicitno usredsređivala na pitanje oblikovanja postupanja. Etičari su se prevashodno posvećivali etičkoj teoriji, prepuštajući detalje praksi i ne uviđajući da način aranžiranja postupanja ima moralni značaj. Ali etička analiza uvek podrazumeva oblikovanje postupanja – ona pretpostavlja fizički svet neke određene vrste, i ljudska tela sa određenim karakteristikama. Etički problemi u vezi sa kompjuterskom i informacionom tehnologijom bacaju svetlo na ovaj, uglavnom, zanemareni aspekt etike.” Džonson Dž. D., *Kompjuterska etika*, Službeni glasnik, Beograd 2006, str. 58.

li je etika uopšte, i ako jeste – na koji način, i u kom obimu, primenljiva na specifičnu oblast medijskih istraživanja. Naš odgovor bi bio ambivalentan – s jedne strane, fundamentalna etička stanovišta, koja se tiču preispitivanja relacije: dobro – zlo, na primer, potom teorije odlučivanja, i dr., mogu se i nadalje nesmetano problematizovati povodom sveta medija. Ali, ovakav pristup medijima i etici, čini se, ne donosi ništa bitno novo ni u odnosu na samu teoriju, odnosno filozofiju medija, niti u odnosu na opštu etiku kao matičnu filozofsku disciplinu.

Štaviše, tradicionalno shvaćena etika, koncipirana prema rudimentarnim aristotelovskim zamislima, jednom nogom zaronjena u svet ekonomije, a drugom u društveno-politički život određene sredine, danas, tj. u savremeno doba, pokazuje upravo u empirijskom smislu reči ograničenja, koja se konstantno sužavaju, a na račun proširenja druga dva polja dejstva praktičkog uma (ekonomija i politika), sve dok se, naposletku, sva nekadašnja filozofija morala, aplicirana u domenu vrednosnog delovanja medija, ne pretvori u puke zbirke konvencija i propisa koje donose “delegati” uma, na svojim stručnim konferencijama, sastancima i akademskim savetovanjima, tj. u uskim naučnim krugovima, i/ili iza dimne zavese totalnog, medijskog rata, koji se, kako izgleda, vodi pred našim očima.

Najpre, primereno svom predmetu, etika medija našeg doba trebalo bi konstantno da proširuje polje svoje delatnosti, prateći u stopu sve one tehničko-tehnološke, estetske, strukturalne i druge promene, izvedene u ovoj oblasti istraživanja. Uz to, ona bi trebalo da interdisciplinarno opisuje i adekvatno teorijski reaguje na sva ukrštanja i dijalektička posredovanja koja se odigravaju na planu medijskog i biološkog sveta, a koja postaju sve prisutnija u savremenoj kulturi. No, paradoksalno je, u ovakvim slučajevima, upravo to što ogromnu ekspanziju i proliferaciju medija danas, ne prati i odgovarajuće promišljenje i moralni angažman u ovoj oblasti problemskog preispitivanja i delovanja. Ne samo da osnovna etička pitanja, u pokušaju primene na ukupni svet medija, deluju anahrono, delimično ili potpuno neaplikabilno, već je, kako se čini, etika kao teorijska refleksija individualnog (građanskog) morala, postala posve izlišna u nastojanju da protumači vrednosti i poruke potekle iz domena pojava medijske kulture.

Porastom gradova i svojevrsnom medijskom ekstenzijom koja ovom rastu konkuriše (prema Virilijevom uverenju, to su tzv. orbitalne granice medija), dolazimo do jednog naročitog metodičkog koraka koji nadalje vredi tematizovati, i to u duhu posredovanja Hegelove (Hegel) dijalektike pojma – gde su, zapravo, granice medijske stvarnosti, i koji su (realni) etički dometi što se uspostavljaju u odnosu na te granice. Kako bismo opravdali ovaj problematični metodološki pokušaj, nastojaćemo da etiku, kao filozofsku disciplinu, a time i etiku medija, odredimo ne samo kao onu refleksivnu sferu koja se tiče prava i medijske regulative (*das Recht*), te oblasti (individualnog) morala u užem značenju pojma (*Moralität*), već i na oblast tzv. običajnosti (*Sittlichkeit*), pri čemu nam osnovu i povod za ovakva gledišta daju ne samo kritičke opservacije teoretičara medija poput Maršala Makluana i Pola Virilija, s jedne strane, nego i medijski empirizam, odnosno najnovija “socijalna” praksa medijske kulture, s druge strane.

Poznato je, naime, da je Hegel svoju filozofiju objektivnog duha, o kojoj danas, nakon propasti ideja Sistema, Duha i Pojma, možemo misliti, sasvim suprotno, kao sferu estetskih, tj. prvenstveno vizuelnih i nepojmovnih (medijskih) posredovanja, podelio na tri oblasti: pravo, individualni moral i običajnost. U prethodnom delu teksta, samo smo se usputno dotakli pitanja principijelne nedostatnosti regulative u medijskoj oblasti, kao takve (pozitivno pravo), kao i problema što se tiču praktikovanja individualnog morala (produkcija, distribucija, recepcija), u širokom spektru dejstva medija masovnih, i svih drugih oblika komunikacija, a koja se tehničko-tehnološkim putem danas generišu do neslućenih razmera.

Praktičarima interneta i novih medijskih tehnologija poznato je, naime, da individualna moralna praksa, aplikovana u domenu tzv. sajber (*cyber*) sveta, najčešće ne doseže do projektovanih etičkih ideala, i to ne stoga što je vrlina, ma kako ona bila određena, odnosno čitava sfera praktičkog moralnog delovanja, danas, inače, nepopularna kao takva, već zbog toga što aktuelna upotreba medija i novih tehnologija, svojim opsegom, kao i ukupnim razmerama dejstva, daleko prevazilazi područje (medijske) prakse individuuma, *sive* aktivnosti pojedinačnih korisničkih grupa. Ovo posebno vredi za doba prelaska mas-medijske kulture, u kulture delovanja tzv. novih medija, te

anticipiranog totaliteta multimedije. Indikativno je, pri tom, za ovaj prelazak iz jedne u drugu medijsku kulturu i to što se danas, strukturalno gledano, bitno menjaju performanse praktičkog delovanja unutar njih: prva još operiše tradicionalnim etičkim i estetskim kategorijama, dok druge medijske kulture (digitalne, interaktivne, multimedijalne), prema našem shvatanju, zahtevaju drukčije premise i oblike praktičkog delovanja, u smeru razvijanja jedne nove vrste virtuelne “običajnosti”, te posve različitog vrednosnog orijentisanja u ovom prostoru.

Posmatrano u odnosu na pitanja individualnog morala i građanske etike, stvari ništa bolje ne stoje ni sa pravnom regulativom, koja bi trebalo, principijelno uzevši, da obuzda i kontrološe mnogobrojne i ozbiljne zloupotrebe celokupnog sajber prostora, a posebno interneta. U ovom smislu reči, simptomatično je korišćenje javne i interaktivne mreže, kakva je internet, u pornografske svrhe, a koja se, zahvaljujući samoj (demokratskoj) “prirodi” ovog tehničkog medija, ne može do kraja pravno, odnosno moralno regulisati. Ovo je, ujedno, i tipičan primer koji ilustruje odustvo domašaja individualističke etike u ovom domenu njene moguće realizacije, koju realno može supstituisati jedino vrednosna sfera nekakvog “novog folklor” i običaja koji se empirijski izgrađuju u okvirima jednog beskonačnog procesa “naseljavanja” sajber prostora.

Tako svojevrsna vrtoglavica (*vertigo*) i novi vidovi ponašanja na Mreži, u duhu nekakvog savremenog tribalizma, postepeno osvajaju virtuelne prostore interneta i novih medija, te složenog polja interaktivnosti i multimedijalnosti, definišući nove sisteme i mogućnosti korisničkog ponašanja u ovom prostoru. Istovremeno s vrtoglavicom i totalnom vrednosnom dezorijentisanošću, ovu pojavu prati i karakteristično stanje panike, te pokušaji njenog kontrolisanja “ubijanjem vremena”<sup>9</sup>

<sup>9</sup> “For tribal man space itself is the enemy because charged with voodoo menace. For such a man the beautiful is that which suggests the indestructible or the invulnerable, just as for the time-frayed the womblike security of the limousine is beautiful because a promise of pneumatic bliss. For tribal man space was uncontrollable mystery. For technological man it is time that occupies the same role. Time is still loaded with a thousand decisions and indecisions which terrify a society that has yielded so much of its autonomy to merely automatic processes and routines. The problem, therefore, is to control panic by ‘killing time’ (...)” McLuhan M., “Magic that Changes Mood”, in: *The Mechanical Bride, Folklore of Industrial Man*, Gingko Press 2002, str. 85.

na Mreži, kao i sve češćim, egzistencijalnim boravkom u ovom artifično kreiranom i maksimalno medijalizovanom sajber prostoru. Pojave novih virtualnih zajednica, kao što je *Cyber Town* ili *Second Life*, na primer, odnosno onih koje se uspostavljaju u funkciji uzajamnog upoznavanja, interaktivne komunikacije i specifičnog oblika socijalizacije korisnika (Facebook, My Space, i sl.) zahtevaju i nove modalitete odnosa prema Drugom (sfera intersubjektivnosti), kao i kolektivitetu. Individualni moral (anonimnih) korisnika ovih tehnologija, kao da ne znači mnogo u odnosu na vrednosti “pravila” i običaja koji se neprekidno generišu, uspostavljaju i aktualno legitimišu kao očekivano ponašanje i standardizovana društvena praksa na Mreži. Ne samo individue (realne ili fiktivne), već i društvene i duhovne institucije, ustanove, organizacije i korporacije, svoja “medijska” pravila igre, manje ili više uspešno, demonstriraju i praktikuju u ovom komunikacijskom prostoru. Time se, po našem mišljenju, kreiraju nove vrednosti, običaji i ponašanja, a koji su iz tzv. realnog, izmešteni u medijsko vreme, pri čemu *mimetika* običajnosti, pristigla iz prvobitnog tj. realnog vremena i prostora, može ali i ne mora da prati konstituisanje, strukturalizaciju i artikulaciju onih komunikacijskih akcija, delotvornih u prostoru novih medija.

Standardizacija medijskog diskursa kreće se, na taj način, naporedo s ritualizovanim ponašanjima medijske publike, tj. sve većeg broja (najčešće anonimnih) korisnika interaktivnih komunikacijskih tehnologija. Otpori ovoj standardizaciji i unifikaciji dominantnog medijskog diskursa, bilo da je reč o radiju, televiziji ili internetu, javljaju se, pre svega, u domenu subverzije ove običajnosti (i njenog homogenizujućeg nasilništva), te nastojanjima da se izgradi nekakva “konkurentska”, ali i najšira demokratska platforma, u kojoj će “manjine”, tj. manjinski kolektiviteti, najčešće nedovoljno vidljivi ili potpuno odsutni iz savremenog sveta medija, takođe aktivno participirati u ovoj kulturi, ugrađujući u polje delovanja svih do sada poznatih komunikacijskih tehnologija vrednosti društvenih grupa kojima i sami pripadaju, pa čak i one individualne, moralne i političke vrednosti, koje zastupaju u svom svakodnevnom životu.

Takvo praktičko ponašanje u medijima, jednim imenom je nazvano medijski aktivizam (*Media Activism*),

i odnosi se prevashodno na medijsku borbu za promovisanje vrednosti manjinskih društvenih grupa u svetu vladavine jedne total(itar)ne medijizovanosti. Ovaj vid individualnih i grupnih aktivnosti u medijima najčešće obuhvata delovanje tzv. alternativnih i radikalnih medija, s jedne, i medijsku edukaciju, tj. odgovarajuće ne samo tehničko, već i kompletno “opismenjavanje” za refleksiju i kritičko mišljenje u odnosu na tzv. *mainstream* medije, i njima odgovarajuće “nasilje zabave” (*entertainment violence*),<sup>10</sup> te, naposletku, i jednu totalizujuću “običajnost”, s druge strane.

Obrazovanje za medije ili tzv. “medijska pismenost”, interpretirani na ovaj način, imaju, kako se čini, upravo funkciju adekvatnog upoznavanja s medijskom običajnošću u nastajanju, shvaćenom u najširem smislu ovog pojma, jer pravna regulativa i etika očigledno nisu dostatne, odnosno u optimalnoj situaciji, da potpuno normiraju i sistemski opišu svu kompleksnost različitih pojava koje susrećemo u domenu beskonačne medijske stvarnosti. Drugim rečima, različita korisnička ponašanja, kao i iskustva, stečena u okvirima celokupne medijske stvarnosti kojom pojedinci manje ili više uspešno “pilotiraju”, svojim interaktivnim delovanjem, uvek iznova konstituišu, proširuju (transcendiraju) i potvrđuju granice savremenih medija. To, međutim, ne znači da su apstraktno pravo i građanska etika nužno neprimenjivi na oblast određene medijske kulture, nego pre da su, potisnuti praksom ekstremno narastajuće medijske običajnosti, u defanzivi, odnosno u svojevrsnoj krizi i karakterističnom momentu svog nestajanja.

Nova folkloristika, o kojoj je svojevremeno govorio Makluan, kreirana u funkciji eksploatacije potrebe za masovnom zabavom koju u današnjem vremenu proizvode mediji, nastaje i formira svoje vrednosti u kontrastu sa stavovima disciplina poput etike i estetike, dospevajući tako s one strane dobra i zla, odnosno onih estetskih vrednosti što korespondiraju klasičnim teorijama morala. Indikativno je, pri tom, da izmeštanje svakodnevne moralne prakse u oblast virtuel-

---

<sup>10</sup> Upor. “Afterword: Media Activism”, in: *Gender, Race and Class in Media* (A Text-Reader edited by Gail Dines & Jean M. Humez), SAGE Publications, Thousand Oaks, London, New Delhi, str. 545–546.

nih medijskih pojava i entiteta prate i odgovarajuće promene što se događaju na planu samog vrednovanja, posebno u gradovima, o čemu piše Pol Virilio u svom delu *City of Panic (Grad panike)*. Rezimirajući postojeće stanje u današnjim gradovima (koje on s pravom naziva “mračnim gradovima”), on progovara o upravljanju (menadžmentu) javnim strahom, te supstituciji osnovnih moralnih vrednosti hotimično izazvanim stanjima panike i kolektivnim halucinacijama gotičkih vizija koje, posredstvom delovanja savremenih medija, otelotvoruju i sprovode svojevrsni “optički teror” nad bespomoćnim građanima.

Po njegovom mišljenju, najveći zločini protiv humanosti, izvršeni tokom XX veka u gradovima, a zahvaljujući “otkrićima” koja su se kretala u rasponu od filmske kamere, preko strahota Aušvica i Hirošime, sve do današnjih orbitalnih ratova o kojima ovaj autor detaljno referiše u knjizi *Strategy of Deception (Strategija prevare)*,<sup>11</sup> predstavljaju, u očima pasivnih posmatrača, karakterističnu estetiku nestajanja (*aesthetics of disappearance*), koju u kontinuitetu prati, a usled sve bržeg iščezavanja morala u čitavom svetu, i pojava etike nestajanja (*ethics of disappearance*), kao najave nadolazeće katastrofe tzv. “kibernetičkog nihilizma” (*Cybernetic nihilism*), odlukujući se svojevrsnom “sinhronizacijom individualnih emocija” (*synchronization of individual emotions*), te standardizacijom celokupne sfere javnog mnjenja.<sup>12</sup>

Nestajanje etike, što svojim ukidanjem i ralizacijom upravo izvodi estetika u eri vladavine medija, ne može se, kako se uobičajeno veruje, svesti na puki etički relativizam – što znači da se na stvari morala u današnjem vremenu gleda s većom “fleksibilnošću” i osećajem za pojedinačno, pa čak i lično/intimno – nego je ovde pre reč o pomeranju domena realizovanja etičkih vrednosti, koji se proširuje onoliko, koliko je to neophodno da se (teorijski) zahvati u beskonačnu medijsku stvarnost. Istovremeno, etika, čini se, nestaje ne posredstvom nekakve apsolutne relativizacije svih tradicionalnih, i uopšte, moralnih vred-

---

<sup>11</sup> Virilio P., *Strategy of Deception* (Translated by Chris Turner), Verso, London New York 2007.

<sup>12</sup> Vid. Virilio P., “Kriegstrasse”, u: *City of Panic* (Translated by Julie Rose), Berg, Oxford, New York 2005, str. 56.

nosti, nego svojim beskonačnim proširenjem na običajni svet njenih realnih medijskih mogućnosti.

Pojednostavljeno rečeno, medijska delatnost, kao takva, danas bitno menja estetsku "fizionomiju" etike time što je dislocira u beskraj mogućih vrednosnih svetova, koje smo u tekstu uslovno definisali kao momenat 'običajnosti', što funkcioniše "s one strane dobra i zla", služeći se, dakle, sredstvima medijske (tehničke) estetizacije. Slikovitosti radi, upotrebićemo ovde i Makluanovu metaforu aktiviranja disleksije u kubizmu, a dalje i u svetu medija, preuzetu iz rukopisa *Laws of Media (Zakornitosti medija)*: "kolaž mnoštva gledišta, oko se koristi u smislu drugih čula, pokreta, penetriranja", kao "kompleks senzibiliteta na velikom broju nivoa istovremeno".<sup>13</sup> Svi ovi "različiti senzibiliteti", koji simultano konstituišu raznolike virtuelne/komunikativne zajednice, i to na mnogobrojnim i različitim nivoima njihove interakcije, uporedivi su samo kao tehničke mogućnosti zadatih medijskih standarda, što ih virtuelno drže na okupu kao jedinstveni, običajni svet medija, koji bi valjalo adekvatno teorijski iščitati.

Koincidiranje kako estetskih tako i etičkih, tehnološki standardizovanih, (ne)vrednosti u današnjem vremenu najbolje ilustruje, prema Viriliovim uvidima, Štokhauzenov (Stockhausen) komentar, izrečen povodom terorističkog napada na Svetski trgovinski centar u Njujorku, izveden 11. septembra 2001. godine, da je tu reč, zapravo, o najvećem umetničkom delu koje je ikad stvoreno. Zamena za etiku je, dakle, ovde mišljena kao teror(izam), odnosno ona "estetika" i gotički horor namenjen za masovnu potrošnju, koji je do krajnje granice medijski estetizovan, koji prelazi tako u domen čiste artificijelnosti, lišene kako smisla tako i rudimentarnih moralnih konotacija. Ono što se događa s etikom danas, odista, prema našem shvatanju, ima veze s granicama medija, a time i umetnosti same, koja postaje bilo stvarnost, bilo medijski san, što, naposletku, prelivajući se jedno u drugo, izlazi na isto.

Tendencija da se etika medija u savremenom dobu sve više približava deskripciji medijske običajnosti, a

---

<sup>13</sup> McLuhan M. and E., "Tetrads", in: *Laws of Media*, The New Science, University of Toronto Press, Toronto, Buffalo, London (1988), Reprint 1992, str. 156.

koja zahteva onu vrstu “medijske pismenosti” što je “protežira” ne više Pojam i Logos, već nekakav disleksični um, predstavlja mogući, mada ne i jedini pravac razvoja ove teorijske discipline, ukoliko ona i nadalje želi da sačuva izvesnu eksplanatornu moć nad beskrajno raznolikom medijskom praksom prošlosti, sadašnjosti i budućnosti. Ali, pitanje mogućnosti same kritike i odgovarajuće kritičke prakse što bi je trebalo uspostaviti u odnosu na aktuelni svet medija, i ovom prilikom, ostaje u senci diskusija o tome kako je moguće utemeljenje etike u domenu vrednosti estetike (nestajanja), već uveliko supstituisane sferom rada jedne “disleksične”, medijske umnosti.

#### LITERATURA:

*Annotated Instructor's Manual of The Media of Mass Communication*, Fifth Edition, Allyn and Bacon, Boston, London, Toronto, Sydney, Tokyo, Singapore 1999.

*Gender, Race and Class in Media*, A Text-Reader edited by Gail Dines & Jean M. Humez, Saga Publications, Thousand Oaks, London, New Delhi.

*Laws of Media*, The New Science, University of Toronto Press, Toronto, Buffalo, London, (1988), Reprint 1992.

McLuhan M., Fiore Q., *The Medium is the Massage*, An Inventory of Effects, Co-ordinated by Jerome Agel, Bantam Books, USA 1967.

McLuhan M., *The Mechanical Bride*, Folklore of Industrial Man, Gingko Press 2002.

Niče F., *Tako je govorio Zaratustra*, Knjiga za sve i nikoga, Rad, Beograd 1993.

Virilio P., *Strategy of Deception*, Verso, London New York 2007.

Virilio P., “Kriegstrasse”, in: *City of Panic*, Berg, Oxford, New York 2005.

Vuksanović D., *Filozofija medija: ontologija, estetika, kritika*, Institut za pozorište, film, radio i televiziju FDU, Čigoja štampa, Beograd 2007.

Vuksanović D., Unakažena lica, ogled iz savremene estetike komunikacija, *Zbornik FDU* br. 5, Institut za pozorište, film, radio i TV FDU, Fakultet dramskih umetnosti, Beograd 2001.

Vuksanović D., Kulture – prostori – memorije: ogled iz savremene estetike komunikacija, *Zbornik FDU* br. 6-7, Institut za pozorište, film, radio i TV FDU, Fakultet dramskih umetnosti, Beograd 2003.

Taking Sides, Clashing Views on Controversial Issues in Mass Media and Society, Sixth Edition, Selected, Edited and with Introductions by Allison Alexander and Jarice Hanson, McGraw-Hill/Dushkin, USA 2001.

Debra Dž. D., *Kompjuterska etika*, Službeni glasnik, Beograd 2006.

Divna Vuksanović  
Beograd University of Arts, Faculty of Drama Arts,  
Theory and History Department

### ETHICS AND DYSLEXIA: BOUNDARIES OF MEDIA CULTURE

#### Summary

The text problematizes the status of media ethics in relation to general theoretic discourse, investigating its grounding as an applied ethic discipline. The article opens with consideration of the media ethics in its relation to traditional ethic concepts of various orientations and schools of thinking, later to focus on a more specific media topics. Speculative results of critical reflections on subjects such as modern media ethics lead to conclusion that nowadays - due to ever increasing influence of mass communication media and the so called new media - could be more appropriate to reflect on the phenomenon of media common ways in tracks of classical Hegel's *Sittlichkeit*, instead of media ethics based on legal regulations in the field, that is on individualistic concepts of civil ethics. Theories of Marshal MacLuan and Paul Virilio also discussed and actualized in this essay support such an approach.

**Key words:** *media ethics, law, morality, common ways, media literacy*