



Univerzitet Crne Gore  
Fakultet političkih nauka

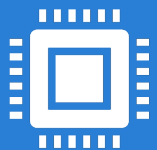
# Medijska konvergencija i publika

Četvrto predavanje – *Medijalizacija sadržaja i umreženo društvo*

23. oktobar 2023. godine



Peruško (2019) navodi da je od 2004. do 2018. godine objavljeno oko 15000 radova o medijatzaciji (Google Scholar baza)



Džon Korner (2018) je medijatzaciju proglasio za riječ decenije u medijskim studijama.

# Medijatzacija

# Zbog čega nastaje medijalizacija?

- Medijalizacija, kao teorijski pristup, nastaje 2000. godine, uz značajne promjene u medijima i komunikaciji, odnosno uz nastanak novih medijskih formata (Couldry i Hepp, 2013).

# Novine u komunikaciji

- Kroc (2017) govori o sljedećim vrstama novih medija:
  - 1) prva grupa je vođena sadržajem, to su blogovi i podcasti;
  - 2) druga grupa su mediji u kojima je čovjek u interakciji sa računarom kao što je, na primjer, SIRI i drugi slični roboti;
  - 3) treća vrsta se odnosi na društvene medije koji su namijenjeni organizaciji ljudskih aktivnosti – Fejsbuk, Instagram i druge društvene mreže organizuju ljudske odnose.

# Medijacija ili medijalizacija?

- *Medijacija* je komuniciranje posredstvom medija.
- *Medijalizacija* je proces u kojem mediji utiču na promjene u ljudskoj svakodnevnici, na promjene u njihovim ličnim i kolektivnim identitetima, na društvene odnose i kulturu i društvo u cjelini.
- Medijalizacija se bavi proučavanjem dugoročnih odnosa *medija, društva i kulture*.

U medijski zasićenom svijetu,  
zavisnost od medija je velika.

Mediji su u toj mjeri prisutni da na  
kraju dovode do promjena u onim  
društvenim institucijama i  
procesima koji su izloženi novim  
komunikacijskim oblicima i  
praksama.

Šta je  
medijatizacija?

# Medijacija i medijalizacija

- Takav *transformativni* karakter komunikacije povezuje se sa pojmom **medijalizacije**, dok se pojam medijacija odnosi na klasičnu komunikaciju putem medija (Lundby 2014a, nav. prema: Peruško 2019).
- Medijacija je svaki proces medijske komunikacije, a medijalizacija označava **društvenu promjenu** koja se povezuje sa djelovanjem medija (Hepp 2013).

# Teorijski pogledi na medijatzaciju

- Vinfred Šulc (Winfrieda Schulz) jedan je od najistaknutijih autora u području teorije medijatzacije.
- Šulc je među prvima medijatzaciju definisao kroz četiri procesa: protezanje, zamjenjivanje, stapanje i prilagođavanje (Schulz 2004, 88-89).



# Šulcov model medijatzacije



# Protezanje i zamjenjivanje

- Mediji omogućavaju „**protezanje**“ komunikacije mimo fizičkih i prostornih ograničenja međuljudske komunikacije.
- Mediji **zamjenjuju** (substitution) društvene odnose, društvene aktivnosti i institucije te istovremeno mijenjaju njihov karakter (Peruško 2019).
- Primjeri uključuju: onlajn kupovinu umjesto kupovine u radnji, nalaženje partnera/ki preko aplikacija umjesto u društvu, pretraživanje naučne literature onlajn i od kuće , a ne u knjižari i slično.

# Stapanje i prilagođavanje

- Medijske aktivnosti takođe omogućavaju **stapanje** (amalgamation) različitih aktivnosti, pa “upotreba medija postaje integralni dio privatnog i društvenog života” (Peruško 2019, 89).
- **Prilagođavanje** (accommodation) društvenih institucija “medijskoj logici” jedan je od aspekata medijalizacije, u kojem se institucije uklapaju u ono što mediji nameću kao društvene prioritete.

# Pogledi na medijatzaciju

- Kroc (2009) u pristupima medijatzaciji izdvaja dva razumijevanja komunikacije:
  - 1) funkcionalni, tj. bihevoristički pristup u kojem je komunikacija shvaćena kao transmisija informacija i nezavisna od kulture i društva (Krotz 2009, 28-29) – medijatzacija politike;
  - 2) pristup u kojem je “komunikacija skup praksi kojima ljudska bića konstruišu svoju okolinu i same sebe; svoje društvene odnose i svoje svakodnevnne živote; svoje identitete, društvene fenomene, doživljaje i značenja” (Krotz 2009, 29).

**Institucionalni** pogled na medijatzaciju se povezuje sa prvim, a **konstruktivistički** sa drugim razumijevanjem komunikacije.

# Pogledi na medijatzaciju

## Medijatzacija

Kulturna  
perspektiva

Materijalna  
perspektiva

Institucionalna  
perspektiva

# Kulturna perspektiva

- Suština kulturne perspektive je da mediji mijenjaju međuljudske odnose, značenja koja dajemo međuljudskim praksama i tako utiču na naše odluke i ponašanje.
- Mediji sa svojim normama i vrijednostima koje plasiraju, ulaze u naše živote i, najčešće nesvjesno, utiču na naše odluke.

# Kulturna perspektiva

- Medijalizacija, zapravo, pokazuje da mediji imaju potencijal ne samo za prenošenje poruka, već i za aktivno učešće u društvenim i kulturološkim promjenama.
- Bernard Manin (1997) je govorio o „demokratiji publike— (audience democracy), gdje centralno mjesto zauzima javna sfera u kojoj mediji diktiraju tok „debate o javnim odlukama—(Beus 2011, 19).

# Kulturna perspektiva

- Nametanje prioriteta i vrijednosti ima ili obrazovni i senzibilišući efekat na javnost ili efekat alijenacije i stereotipizacije društva.
- Pojavom sistema masovnog komuniciranja, sadržaj koji se plasira javnosti nastaje po univerzalnom kalupu.
- Svjesnost o potrebama neodređenog broja lica uslovljava kreiranje vijesti, koje mora biti takvo da zadovolji što više potreba.
- Masovni mediji su unaprijed osuđeni na obraćanje publici koja nije lično određena, dakle masi, koja je povrh toga, od medija razdvojena, bilo prostorno, bilo vremenski (Malović 2005).
- Na taj način pojedinci/ke bivaju izloženi kreiranju predstave o nečemu sa čime se najčešće iskustveno *nijesu* ni suočili.



# Kulturna perspektiva

- Kuldri i Hep (2017) govore o **dubokoj medijizaciji** (deep mediatization), označavajući dalekosežne promjene u našem ponašanju koje nastaju pod uticajem digitalnih tehnologija.
- Novija istraživanja se na tu tezu o dubokoj medijizaciji nadovezuju sa tvrdnjom da živimo u periodu **datafikacije**, kada različite vrste podataka o našim aktivnostima (čak i ako nisu namijenjene komunikaciji, nego se odnose na naše privatno mjerenje svojih koraka, spavanja i tako dalje) utiču na ponašanje pojedinaca i društva u cjelini (Peruško 2019, 171).

# Materijalna perspektiva

- Ova perspektiva medijalizaciju tumači isključivo kroz promjene u medijskim tehnologijama, koje su uslovile pojačan uticaj medija na nas.

## Materijalna perspektiva

---

Finman (2011) razlikuje pet glavnih epoha u istoriji medija tvrdeći da svku karakteriše posebna medijska matrica, odnosno skup medija:

---

1) **Prva** epoha je oralno društvo u kojem dominira govor;

---

2) **Druga** epoha je pismeno društvo prije mehaničkog štampanja;

---

3) **Treća** epoha je ona u kojoj nastaju štampani mediji;

---

4) **Četvrta** epoha je ona u kojoj dominira televizija;

---

5) **Peta** epoha je započela sa nastankom digitalnih medija.

---

## Materijalna perspektiva

- Janson (2014) naglašava da se “nekada samostalni mediji kao što su novine i radio sada se koriste na transmedijskim platformama koje zapravo postaju ulazi u čitav medijski svijet” (Janson 2014, 275, nav. prema: Peruško 2019, 172).
- Janson naglašava da medijalizacija kao proces nije nužno pozitivno prihvaćena (u smislu radog korišćenja svih medijskih oblika), nego postoje i **otpori medijalizaciji**.

Primjer?

- Brisanje naloga sa društvenih mreža, odbijanje da se pretplatite na sadržaj portala, vraćanje tradicionalnim medijima (štampa)

# Institucionalna perspektiva

- Najpoznatiji predstavnik i začetnik institucionalne perspektive medijalizacije je Stig Hjarvard, danski naučnik.
- Hjarvard (2013, 105) kaže da “medijalizaciju treba posmatrati kao proces u kojem mediji nastaju kao nezavisne institucije sa svojom logikom kojoj druge društvene institucije treba da se prilagode”.

# Institucionalna perspektiva

- Najvidljiviji primjer takvog uticaja je medijalizacija politike, ali se i druge institucije i polja prilagođavaju medijima (obrazovanje, pravo, religije, umjetnost, sport).

# Medijatzacija politike

The background is a complex abstract composition. It features a large dark blue rectangle on the left containing the title. To the right, there are several organic shapes: a light blue shape with a white dot pattern, a cyan shape with white wavy lines, and a cyan shape with a white dot pattern. The bottom left has a yellow-green dot pattern, and the bottom right has a white dot pattern. Small black wavy lines are scattered across the white background.

# Medijalizacija politike

- Medijalizacija politike je proces u kojem se politički akteri u svakodnevnom radu prilagođavaju logici medija i medijskog tržišta.



# Medijalizacija politike

- O medijalizaciji politike prvi je pisao Kent Asp, švedski naučnik koji je osamdesetih godina u 20. vijeku ukazao na to kako je “politički sistem pod uticajem masovnih medija” (Asp 1986, 395, nav. prema: Hjarvard 2008, 106).

# Medijatzacija i politika

- Kada onda u potpunosti može da se razvije medijatzacija politike?
- Kada mediji postanu nezavisni od politike (Hjarvard 2008) .

# Medijalizacija politike

- Prilagođavanje, kao jedna od karakteristika Šulcovog modela medijalizacije, posebno se povezuje sa politikom gdje se medijalizacija dešava u nekoliko faza.
- Strombak (2008) je razvio model procesa **medijalizacije politike** u četiri faze:
  - 1) **Prva** faza se odnosi na medijaciju, gdje mediji preovladavaju nad drugim oblicima informisanja o politici (ne čitamo izborni program partije direktno, nego gledamo debatu na televiziji);
  - 2) U **drugoj** fazi, medijske institucije postaju sve autonomnije i na kraju sasvim autonomne od politike;
  - 3) **Treća** faza prati promjene u medijskom sadržaju i formatima u odnosu na izvještavanje o politici - medijsko izvještavanje se sve više vodi medijskom, a ne političkom logikom;
  - 4) U **posljednjoj** fazi se polje politike u svojim svakodnevnim praksama **prilagođava medijskoj logici**.

# Medijalizacija politike

- Medijalizacija politike se dešava kada politička sfera izgubi autonomiju i u svojim ključnim funkcijama zavisi od medija (Mazzoleni i Schulz 1999, 250).
- Medijalizacija politike znači da se kreiranje događaja i aktera više ne vodi logikom politike, nego komercijalnom logikom medijskih industrija.
- U izboru i vrijednostima vijesti mediji se više ne upravljaju prema političkim elitama, nego prema novinarskim rutinama i svjetonazorima, a mediji biraju koji će akteri dobiti pristup javnosti.
- “Skraćivanje *soundbyteova* i nestanak javne političke diskusije o policy temama jedan je od indikatora medijalizacije” (Peruško 2019, 175).

# Medijalizacija politike u praksi

- Najbolji pokazatelj medijske logike je *frejm*.
- Na nivou selekcije i isticanja aspekata nekog događaja već se nameće ne samo procjena tog fenomena, nego i njegovo rješenje.
- “Istaknuti medijski frejmovi su ‘human interest story’, frejm konflikta i ukazivanje na ekonomske posljedice” (Mlađenović 2019, 153).

# Medijalizacija politike u praksi

- Frejm konflikta trebalo bi da prati politički obračun i sučeljava različita mišljenja, vodeći ka artikulaciji javnog mnjenja.

# ŠTA VI KAŽETE? ZAŠTO TAKO MISLITE ?

VELIKA DEBATA: Milo Đukanović (DPS) i Andrija Mandić (DF)



Televizija E  
3.82K subscribers

Subscribe



266



Share



# Medijalizacija politike u praksi

- Frejm ekonomskih posljedica političari/ke koriste u paru sa frejmom konflikta, jer najčešće kritikuju tuđe ekonomske odluke.





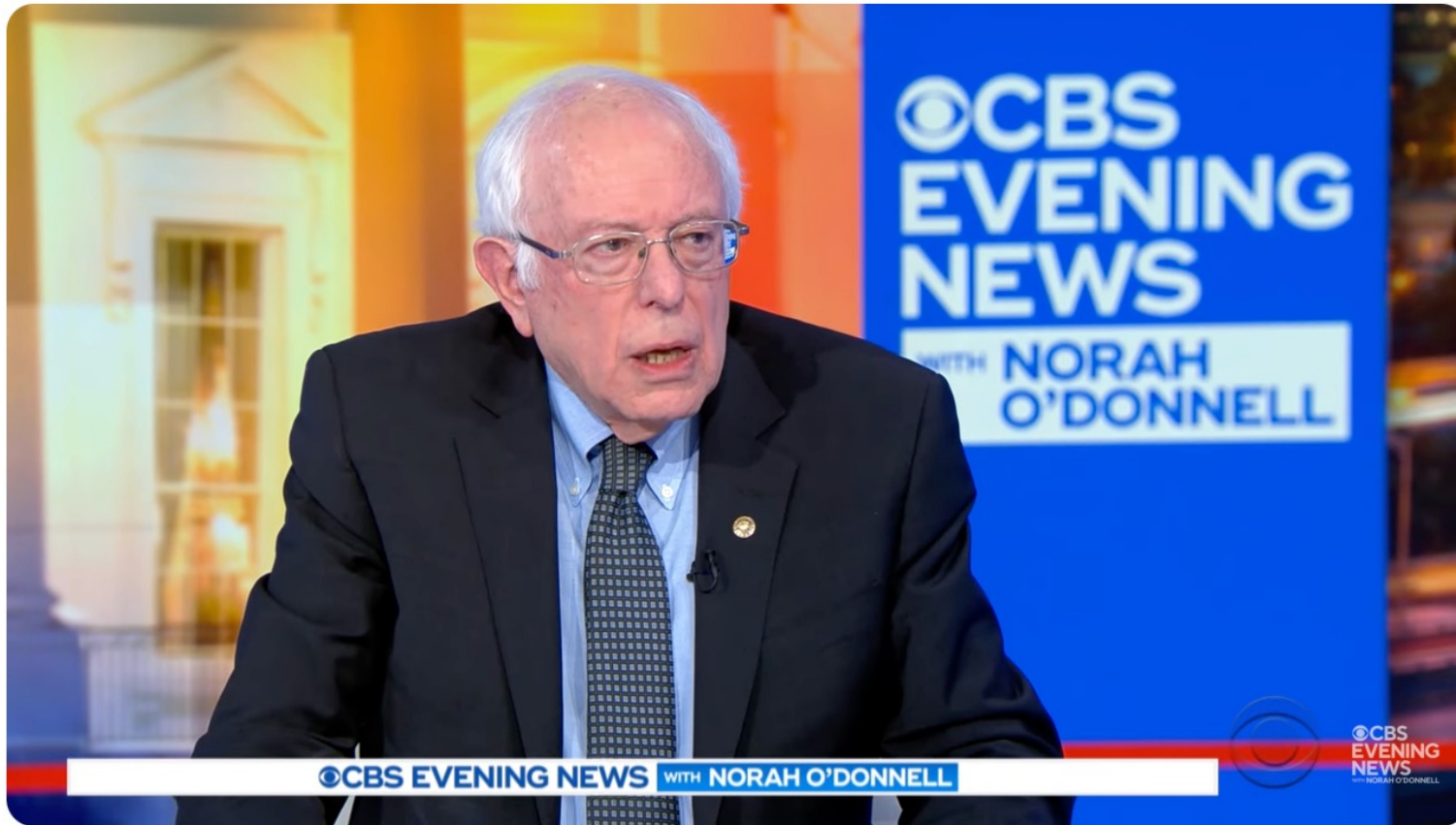
# Trump: ‘We can’t continue to allow China to rape our country’

By [Jeremy Diamond](#), CNN

🕒 2 minute read · Updated 10:56 AM EDT, Mon May 2, 2016



- “Mediji traže iznenađenja, sveže i loše vesti. Politički akteri, da bi privukli ili izbegli medijsku pažnju, moraju modifikovati sopstveno ponašanje. Mogu da kriju određenu delatnost, kao i da vest spinuju, na šta novinari mogu odgovoriti kritičkom interpretacijom” (Mladenović 2019, 154).



### Sanders reacts to Hillary Clinton saying “nobody likes him”



CBS Evening N... ✓  
1.86M subscribers

Subscribe

👍 355 | 🗨

➦ Share

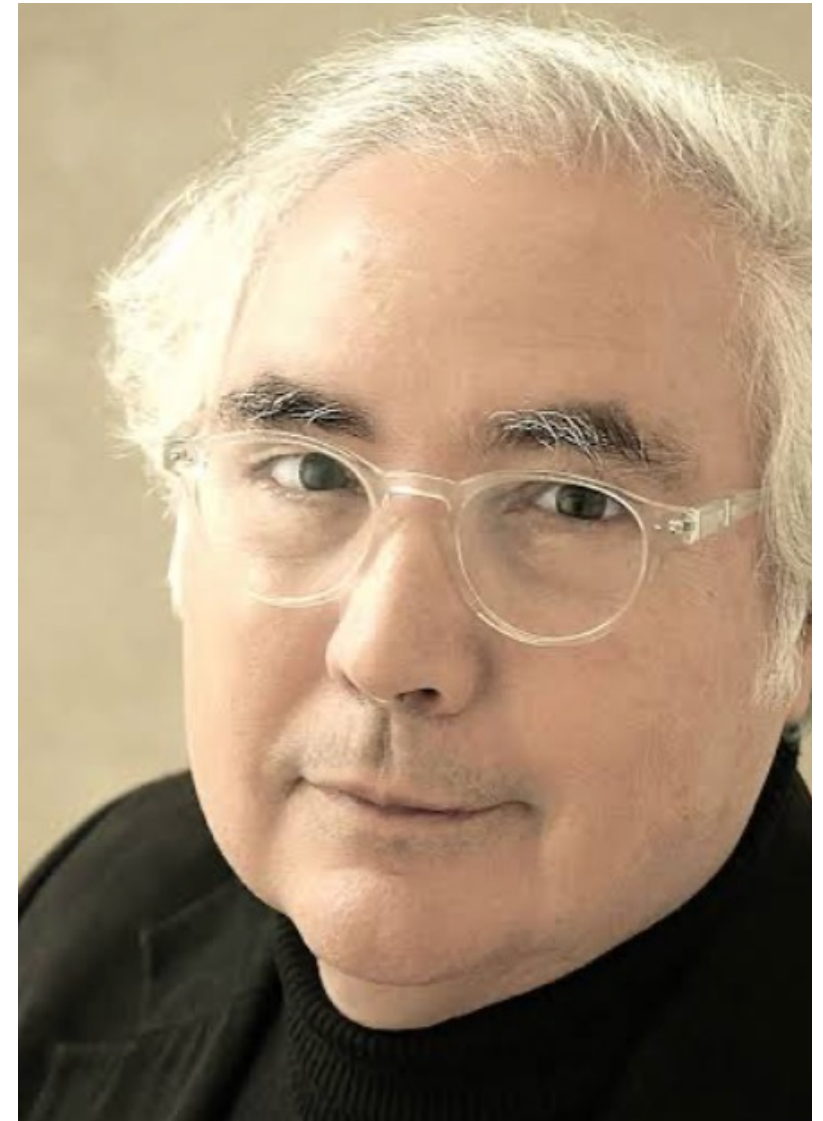
⋮

# Umreženo društvo

Tvorac termina globalno umreženo društvo je **Manuel Kastels**.

Globalno umreženo društvo je uslovljeno novim kanalima komunikacije, sa velikim stepenom društvene interakcije, kontrole i promjene (Castells 1992, 53).

**Interakcija** je za Kastelsa suštinska razlika globalnog umreženog u odnosu na čisto industrijsko društvo.



Manuel Kastels izvor: sage.com

# Umreženo društvo

- Umreženo društvo je onaj tip društva koji je izgrađen na **informacijama** obrađenim **digitalnim putem**, kao i na **komunikacionim tehnologijama** (Castells 2000, 47).

Van Dajk je definisao umreženo društvo kao oblik društva koje sve više organizuje svoje odnose posredstvom medija jer mediji postepeno zamjenjuju ili dopunjuju komunikaciju licem u lice.

Lična komunikacija i komunikacija na društvenim mrežama je podržana digitalnom tehnologijom. To znači da društvene i medijske mreže oblikuju primarni način organizacije i najvažnije strukture modernog društva.



Jan Van Dajk izvor: sage.com

# Umreženo društvo

- “Sve je počelo sa SMS porukama i šerovanjem fajlova, da bi onda blogovi kao istaknuti oblici masovne samokomunikacije postali značajni toliko da ih je 2008. godine bilo 112 miliona, a sada ih ima višestruko više” (Mlađenović 2018, 192).
- Nesporan je uspon *masovne samokomunikacije*, čak i moć blogova da podstiču participaciju čitalaca, da se međusobno povezuju i suprotstavljaju monopolu masovnih medija (McQuail 2010, 377)



# Umreženo društvo

- Bez obzira na brojne izvore informacija u umreženom društvu, Kastels govori o tzv. “elektronskom autizmu” (Castells 1992, 95).
- “Blogeri najčešće pišu o sebi i za sebe” (Mlađenović 2018, 193).

# Umreženo društvo

- Umreženo društvo je, prema Kastelsu, globalno društvo
- To **ne** znači da su u globalne tokove informisanja uključeni ljudi iz svih djelova svijeta.
- Umreženo društvo funkcioniše na bazi binarne logike uključivanja/isključivanja

# Otpor umreženom društvu - dualni grad

- Prema mišljenju Manuela Kastelsa, nastaje nova civilizacijska tvorevina - **dualni grad** koji, s jedne strane, odlikuje stvaranje **kosmopolitske elite** koja je funkcionalno, ekonomski i kulturno u dnevnom dodiru sa čitavim svijetom i **tribalističkih lokalnih zajednica**, na drugoj strani, koje se u okviru svojih lokalnih urbanih identiteta suprotstavljaju tome.
- I jedan i drugi grad su podjednako živi i stvarni.

# Informacione magistrale

- **Organizovano, institucionalizovano i masovno komuniciranje** uključuje mnogobrojne subjekte društva.
- Organizuje se i otpočinje iz čitavog niza društvenih institucija, kao što su država i državni organi, političke stranke, privredna preduzeća, sindikati, religijske organizacije, društveni pokreti, nevladine organizacije...
- Informacije teku unaprijed određenim i tehnički visoko propusnim kanalima, koji su postali sastavni elementi osnovne infrastrukture društva.
- Zato se govori o **informacionim magistralama**.

# Mediji i umreženo društvo

- Uloga medija u globalnom umreženom društvu je presudna:
  - a) oni pripremaju teren za operacije multinacionalnih korporacija i, istovremeno,
  - b) promovišu globalne vrijednosti, uključujući i demokratske.

# Mediji i umreženo društvo

- Globalni mediji imaju važnu ulogu u **privlačenju pažnje globalne javnosti i relevantnih institucija na kršenja ljudskih prava** u situacijama kada ugroženi pojedinci i grupe ne mogu da računaju na podršku domaćih medija i ostalih lokalnih aktera (Valić-Nedeljković 2021).

# NEWS

Home | Israel-Gaza war | War in Ukraine | Climate | Video | World | UK | Business | Tech | Science | More ▾

World | Africa | Asia | Australia | Europe | Latin America | Middle East | US & Canada

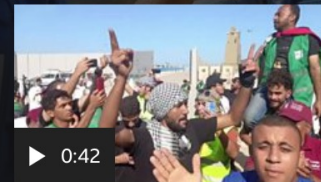
ADVERTISEMENT



## LIVE First trucks carrying aid cross into Gaza since Israel-Hamas war erupted

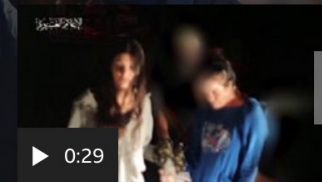
Israel-Gaza War BBC News

16,475 viewing this page



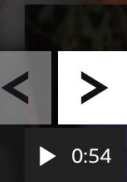
Jubilation as aid truck passes through Rafah crossing

BBC



Video shows release of US hostages by Hamas

BBC



Watch: Fa hostage sa happy'

BBC

# Mediji i umreženo društvo

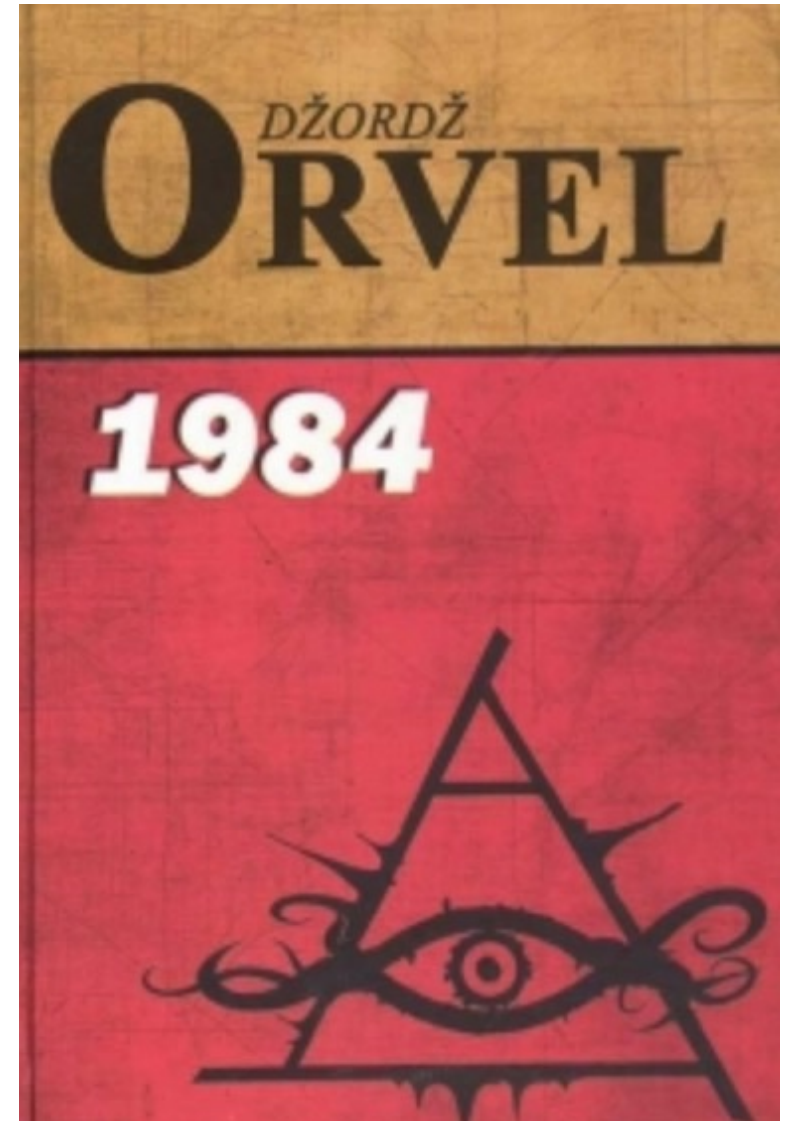
- Osim što živimo u globalnom umreženom društvu može se reći da živimo u društvu spektakla (sportski spektakli, rijaliti spektakli, politički spektakli, umjetnički spektakli) , koje oblikuju globalni mediji i često su zasnovani na **medijskoj konvergenciji**.
- Tvorac ideje o društvu spektakla je Gaj Debor (1967), koji je kazao da je:

*“Spektakl faza u kojoj roba uspijeva da kolonizuje cijeli društveni život. Komodifikacija nije samo očigledna: **mi više ne vidimo ništa drugo.**”*



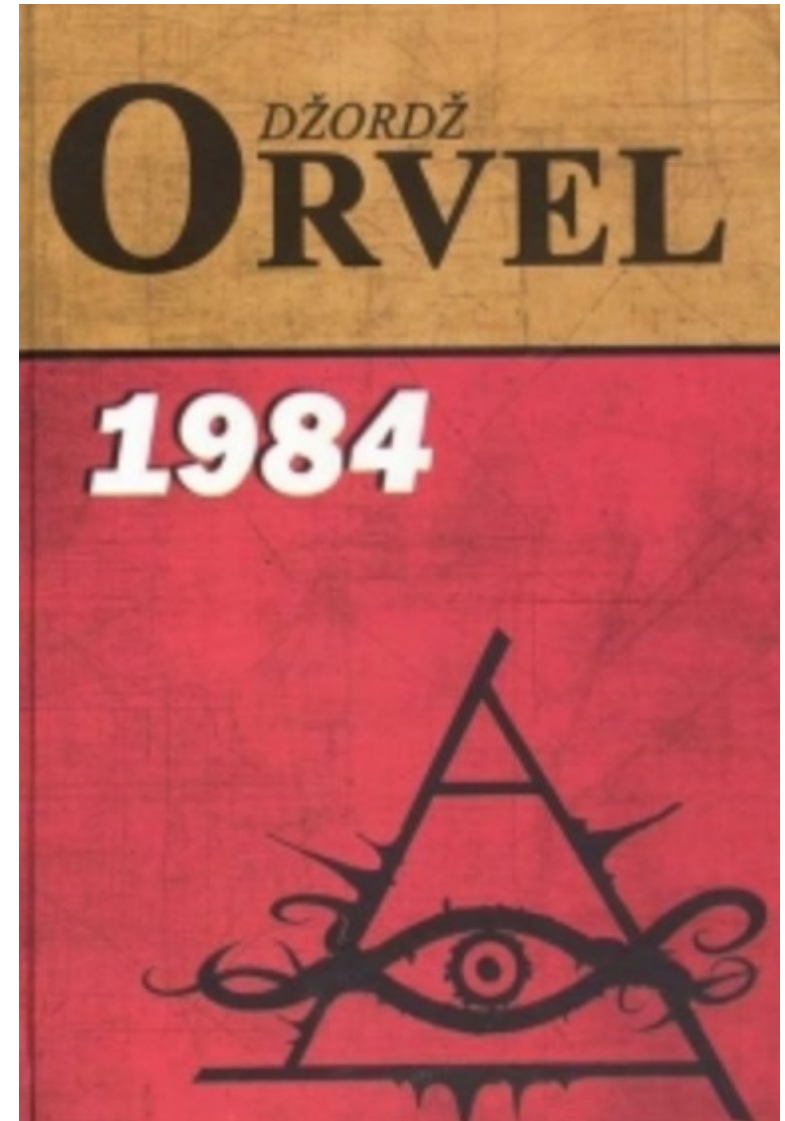
# Mediji i umreženo društvo

- Primjer:
- Roman engleskog pisca Džordža Orvela "1984" je poslužio kao inspiracija za kreiranje rijaliti formata „Veliki brat“.
- "Termin *Veliki brat* simbolizuje danas diktatora i diktaturu u kojoj je sve strogo kontrolisano" (Valić-Nedeljković 2021).



# Mediji i umreženo društvo

- Tokom Drugog svjetskog rata, Orvel je radio za BBC.
- Osmišljavao je i nadgledao kanale koji su se puštali u Indiji, sa ciljem da tamošnje stanovništvo podstakne na saradnju sa saveznicima i dobrovoljno služenje vojske.
- Njegovo iskustvo kao propagandiste, podstaklo ga je da u knjizi kritikuje propagandu.



# Mediji i umreženo društvo

- Primjer:
- Roman je nastao kao kritika nacizma i Staljinovog režima.
- Fiktivni “veliki brat” bio je diktator koji je nadgledao jednu teritoriju u neprekidnom ratnom stanju.



# Mediji i umreženo društvo

- Da li etika u novinarstvu sve više gubi značaj u globalnom umreženom društvu?

Ne. Danas je više nego ikada ranije potrebno izvještavati u javnom interesu i razotkrivati pozadinske (najčešće ekonomske i političke) interese društvenih elita.