

UDK 008/316.77
Originalni naučni rad

Dr. sc. Damir Kukić

MEDIJI I KULTURALNI STUDIJI

Sažetak

Mediji su dobili posebno mjesto u modernom društvu. Njihova prisutnost utjecala je na kreiranje popularne kulture bez koje se ne može zamisliti današnje društvo. Unutar popularne kulture i medijske funkcije smješteni su elementi na temelju kojih možemo istražiti i identificirati društvene trendove i društvene centre moći. Zato su mediji bitan predmet istraživanja u okviru kulturalnih studija.

Ključne riječi : mediji, kultura, kulturalni studiji, novi mediji, digitalna tehnologija

MEDIA AND CULTURAL STUDIES

Summary

The media have been given a special place in modern society. Their presence has influenced the creation of popular culture without which one can not imagine today's society. Within popular culture and media functions are located elements on which we can research and identify social trends and social power centers. Because the media is an essential object of research in cultural studies.

Key words : media, culture, cultural studies, new media, digital technology

Uvod

Razvoj masovnih medija, kao i razvoj digitalne tehnologije, nema samo jednu dimenziju, odnosno taj proces je na više načina obilježio moderna vremena i koncept globalizacije. Kroz taj razvoj i funkcioniranje pojedinih komponenti mogu se prepoznati veoma bitni aktualni problemi globalnog društva. Moderni konflikti, politički i ekonomski, tako se mogu identificirati na razini kulturoloških proučavanja i to, posebno, kroz proučavanja u oblasti medijske kulture.

Medijima i medijskoj kulturi, u posljednjih nekoliko decenija, bilo je posvećeno mnogo tekstova i analiza, a u upotrebi su bili različiti pristupi koji su doveli i do kreiranja brojnih postavki o funkcioniranju masovnih medija i o značaju medijske kulture. Ono što je interesantno jeste da se te postavke kreću od potenciranja pojmova ideologije i hegemonije, pa do analize problema spola i seksualnog opredjeljenja. To pokazuje, ujedno, koliko je zanimljivo i bogato područje koje obuhvata medijska kultura i djelovanje medija, te koliko je važan interdisciplinarni pristup u proučavanju ove tematike.

Komuniciranje putem masovnih medija zamijenilo je tradicionalne vidove kulture, pa su tako knjiga ili usmeno izražavanje danas potisnuti od strane elektronskih i novih medija. Nakon logosfere i grafosfere, čovjek je stupio u jedan novi medijski i kulturološki prostor : videosferu. Masovni mediji su, također, ispunili naše slobodno vrijeme i može se reći da dominiraju kulturom, odnosno da medijska kultura predstavlja dominantni oblik kulture u modernom društvu.

Elitna i popularna kultura

Razmatranje medijskih funkcija i medijske kulture, u kontekstu kulturalnih studija, podrazumijeva prevashodno definiranje pojma kultura. Ovaj pojam vodi porijeklo iz latinskog jezika u kojem nalazimo riječi : *cultus* – obrada, uzgajanje polja, zemljišta; *colere* – uzgajanje, obrađivanje; *culture* – obrada polja. Ciceron se, također, bavio značenjem izraza kultura, pa je poredio obradu polja i razvoj duha (Ciceron, 1974, 58-59).

Tokom nekoliko vijekova kultura se predstavljala kao nešto što je povezano s materijalnim, te zatim kao djelatnost koja je bliska

s nečim što je religioznog karaktera. To je trajalo do kraja srednjeg vijeka, a tek od 16 vijeka kultura dobija značenje u koje je uključena i ljudska aktivnost. Upravo ta ljudska intervencija u prirodi i društvu predstavlja temelj za današnje definiranje pojma kulture. Jedna od mogućih klasifikacija ovog pojma ističe dvije grupe definicija.

Te dvije grupe su podijeljene (Petrović, 2005, 11-22) na racionalističke teorije (to su one teorije koje kulturu poimaju kao objektivnu, činjeničnu i historijski determiniranu) i na iracionalističke teorije (teorije koje kulturu shvataju kao nešto što je utemeljeno na kolektivnim emotivnim i duševnim predstavama).

U racionalističke teorije kulture možemo ubrojati :

- ❖ Evolucionističku teoriju (teorija koja kulturu definira kao nešto što se razvija i napreduje, a te promjene i taj progres se odvijaju linearno);
- ❖ Funkcionalističku teoriju (ova teorija smatra kako kultura treba da zadovoljava ljudske potrebe, te da je ona sredstvo za postizanje određenog cilja).

Iracionalno-metafizičke teorije obuhvataju :

- Antiintelektualizam (prema ovoj teoriji kultura počiva na ideji, duhovni elementi su dominantni, a ne tehnološka struktura, kultura je skup ideja i vrijednosti /kolektivno osjećanje/ koje se nalaze iznad svakog pojedinca);
- Teorija kulturnih ciklusa (za razliku od evolucionističke teorije, vidi razvoj kulture na način da ne postoji stalni, linearni progres nego se kulture, poput bioloških organizama, razvijaju i onda odumiru, pa se, nakon izvjesnog vremena, taj ciklus ponavlja);
- Psihoanalitička teorija kulture (utemeljena na psihoanalizi i postavci da je kultura manifestacija sublimiranih čovjekovih seksualnih nagona).

Definiranje pojma kultura, kod pojedinih teoretičara, zasnovano je na ideji kako se kultura može objasniti isključivo sama sobom. Takav pristup, prema kojem je kultura *supersocialni* i *superindividualni* sistem, vodio je ka kulturnom determinizmu (Božović, 2006, 9). U tom kontekstu kulturalistička koncepcija je vidjela kulturu kao silu koja djeluje na društvo i pojedinca, odnosno tako definiranje kulture podrazumijevalo je da se odbacuju drugi aspekti i načini poimanja kulture, poput antropološkog, psihološkog i sociološkog.

Drugačiji pristupi ovom problemu ističu kako kultura nije neki samostalan i objektivan fenomen nego je ona ujedno i svojevrsan odnos čovjeka prema prirodi, društvu i prema samom sebi. Takav koncept unosi u čitav ovaj proces i vrijednosnu komponentu jer se insistira na tome kako aktivnost u oblasti kulture podrazumijeva slobodu (Božović, 13). Kultura se posmatra kao faktor znanja i kreator vrijednosti i načina življenja, odnosno kao veoma bitna komponenta komunikacije u društvu.

Isključivo svodenje kulture na nešto materijalno ili samo na duhovne vrijednosti je, umnogome, transformirano u pristup koji se temelji na značenju kulture kao cjelokupnom čovjekovom svijetu i njegovom životu. Takve postavke ne prihvataju ekskluzivni položaj niti za elitnu niti za masovnu kulturu. Kultura se analizira kao ljudska aktivnost koja je povezana i sa umjetničkim djelima, ali i sa svim onim elementima koji predstavljaju i čine ljudsku svakodnevicu – od načina ishrane i oblačenja, do načina gradnje i korištenja slobodnog vremena. Upravo takav pristup je karakterističan za moderne kulturalne studije.

Možemo navesti i pet kategorija definiranja kulture koje ukazuju i na određena ograničenja tih definicija (Ilić, 1974, 8-13) :

- Pozitivističke definicije (kultura se posmatra kao skup naučenih načina ponašanja, preuzetih pozicija i sistema vrijednosti koje se prenose putem tradicije);
- Normativističke definicije (kultura se poima kao proces koji treba normirati i normama odrediti željene ciljeve razvoja kulture i djelovanja u kulturi);
- Metafizičke definicije (kultura se posmatra kao pojam koji je isključivo duhovnog, metafizičkog karaktera);

- Kulturalističke definicije (kultura je iznad društva i posmatra se kao idealna apstrakcija koja je dovoljna sama sebi i koja sama sebe i određuje);
- Naturalističke definicije (kulturu i kulturne pojave svode na organsku, biološku ili psihološku razinu ljudske prirode i ličnosti).

Na osnovu ove analize različitih modela definiranja pojma kulture, isti autor je ponudio jednu definiciju koja je interesantna i s aspekta analize medija i medijske kulture, odnosno kulturalnih studija. Naime, kultura se može definirati kao „skup svih onih procesa, promena i tvorevina koje su nastale kao posledica materijalne i duhovne intervencije ljudskog društva (u prirodi, društvu i mišljenju; Ilić, 13). Uz ove stavove napomenuto je kako se osnovni smisao kulture sastoji u tome da „olakša održanje, produženje i napredak ljudskog društva“ (Ilić, 13).

Analiziranje medijskih funkcija, te sadržaja i elemenata medijske kulture, u okviru kulturalnih studija, podrazumijeva i određivanje koncepta popularne kulture. Na temelju tumačenja autora Raymonda Williamsa mogu se izdvojiti četiri kategorije popularne kulture : to je nešto što se sviđa velikom broju ljudi; popularna kultura je nešto što se smatra nevrijednim i inferiornim; popularna kultura je kultura koja nastoji zadobiti naklonost publike; to su oblici kulture koje sami ljudi produciraju za svoje potrebe (Grindstaff, 2008, 207).

Načini kreiranja kulturnog sadržaja, zatim načini i sposobnosti za izražavanje tih sadržaja, te načini i sposobnosti za prijem kulturnih sadržaja su elementi na kojima su razvijene ideje o podjeli kulture na one koje su „bolje“ i „ozbiljne“ u odnosu na one koje su „loše“ i „nižeg“ statusa. Iz takvih tumačenja, koja su nastala tokom 19. stoljeća, proistekla su tumačenja koja razlikuju nekoliko modela kulture:

- a) Višu ili rafiniranu kulturu – odgovara kulturnom nivou „highbrow“
- b) Mediokritetnu „osrednju“ kulturu – odgovara kulturnom nivou „middlebrow“
- c) Brutalnu ili nižu kulturu – odgovara kulturnom nivou „lowbrow“.

Visoka kultura je na vrhu hijerarhije i ona je, prema tim tumačenjima koja su obilježila dugi niz godina, kultura koja je namijenjena za „dobar ukus“ (balet, opera, simfonija, klasična književnost, likovna umjetnost) i koja je vezana za muzeje, teatre, biblioteke, galerije. Na dnu hijerarhije, u vrijednosnom smislu, nalazi se popularna ili „low“ kultura (ovim modelom bi bile obuhvaćene sapunice, rock i rap muzika, reality show).

Pretpostavke za ovakvo tumačenje kulture i njenu podjelu na „high“ i „low“ kulturu može se prepoznati i u Kantovom učenju o fenomenološkoj estetici i o tipologiji ukusa i stilova. Naime, Kant je pretpostavljao da postoje tri osnovna tipa ukusa i stilova : prijatno, lijepo, uzvišeno (Kant, 1975). Prema Kantu prijatno je „nepravi“ ukus i on se veže za kič tvorevine (Petrović, 157), dok su lijepo i uzvišeno oni „pravi“ i „čisti“ estetski ukusi koji su karakteristični samo za čovjeka u odnosu na druga živa bića.

Masovna komunikacija i masovni mediji su omogućili masovnu reprodukciju i prezentiranje umjetničkih djela, odnosno popularizaciju elitne kulture tako da je danas sasvim uobičajeno jazz tretirati kao dio visokosofisticirane kulture, ili vidjeti javne nastupe klasičnih muzičara kako izvode djela iz muzičkog popularnog repertoara (rock i pop muzika). Isto tako, rijetkost je danas da neki teoretičari osporavaju umjetničku i kulturnu dimenziju filma, iako se i on smatra „nižim“ oblikom kulture u odnosu na, recimo, književnost.

U tom procesu omasovljenja i industrijalizacije kulture, veliku ulogu su odigrali, i još uvijek igraju, novi mediji. Novi mediji i masovna digitalna komunikacija, zahvaljujući svojim karakteristikama, posebno numeričkom predstavljanju i modularnosti, mogli su vjernu reprodukciju originala tako da se danas u doba „digitalne estetike“ ili „estetike novih medija“ postavlja pitanje odnosa originala i kopije, te pitanje mogućnosti beskonačne reprodukcije originala.

Numeričko predstavljanje je karakteristika digitalne tehnologije na temelju koje novi mediji sve što kreiraju, kreiraju koristeći binarni kod (0 i 1). To znači da je svaki objekat novih medija podložan intervenciji, reinterpretaciji i rekonfiguraciji putem algoritamskih manipulacija, ali i da je svaka nova kopija vjerna onom prethodnom djelu, odnosno originalu. I postrukturalistička metoda dekonstrukcije pokazuje kako bez kopija ni koncept originalnosti nema smisla, te da i original sadrži elemente djela koja su ranije nastala.

Inače, kultura se u različitim definicijama pojavljuje kao isključivo pozitivan fenomen i progresivna ljudska djelatnost. Ali, modeliranje neke kulturološke matrice, samo po sebi, ne znači i kreiranje pozitivnih, tolerantnih i emancipatorskih ideja i modela ponašanja. Pojedini elementi povezani sa stvaranjem stavova, uvjerenja i vrijednosnih orijentacija u kulturnoj matrici nekog društva, mogu biti diskriminirajući za one koji ne pripadaju toj kulturnoj matrici.

Drugim riječima, kako to primjećuje i autor Slavoj Žižek, kultura može biti i izvor zla i netolerantnosti. Tako ovaj teoretičar smatra kako jedna kultura, po definiciji, isključuje druge kulture tako da ljudi, kojima je određena kulturna matrica referent za identifikaciju, postaju netolerantni prema drugim kulturama i njihovim obrascima (Žižek, 2008). Sličnu stvar možemo prepoznati i kod drugih autora.

Tako se, u tom kontekstu, povezuju rat, kultura i kolektivno sjećanje, pa će društvo preko sjećanja na rat „i u miru čuvati svoju vezu sa stvarnošću, sa kolektivnom stvarnošću, sa autentičnim oblikom u kojem se pojavio njegov nacionalni identitet“ (Vlaisavljević, 2007, 82). U takvoj situaciji kultura se instrumentalizira u korist ideologije a vremena postaju strašna jer su tada obično „vremena kolektiva“ (Ugrešić, 2002, 161), odnosno djelovanje u kulturi postaje svojevrsna re-konstitucija „koja re-definira sve prethodne ne samo moderne oslobodilačke, nego i predmoderne porobljivačke konstitucije“ (Vlaisavljević, 83).

Procesi koji su se odvijali tokom 20 stoljeća i promjene do kojih je došlo (u kulturi, u masovnoj komunikaciji, politici, ekonomiji) izazvane su, između ostalog, i stvaranjem masovnog društva. Ovo je uvjetovano povećanjem broja stanovnika, posebno u gradovima, poboljšanjem životnog standarda, upotrebom novih tehnoloških dostignuća, te stvaranjem veće količine slobodnog vremena. U takvim uvjetima nastala je nova kultura masovnog karaktera, odnosno popularna kultura.

Digitalna budućnost

Ovaj model kulture masovnog društva, prije svega, označava pomjeranje u sistemu kulturnih vrijednosti i rangi njihovog značaja, te označava pojačanu komercijalizaciju kulturnih vrijednosti. Takvu kulturu odlikuje, uglavnom, reproduktivni karakter, kao i promjene u

postupku kulturne selekcije. Popularna kultura koja se, u pojedinim tumačenjima, imenuje i masovnom kulturom, reducira razlike između „high“ i „low“ kulture, te insistira na modeliranju masovnog potrošača kulturnih dobara.

Na ovaj način određen pojam popularne kulture ili kulture masovnog društva nam otkriva mnogo veći broj elemenata za istraživanje u okviru medijske kulture. Istovremeno ovakav pristup stvara i situaciju u kojoj masovnu komunikaciju možemo istraživati s nekoliko aspekata: analize teksta i odlika medijskih žanrova; modela strukturalne prezentacije (pozicija moći – politička, ekonomska); pozicioniranja društvenih uloga i sistema vrijednosti (socijalni status, rasni i nacionalni pristup, gender, seksualno opredijeljenje, profesionalni okvir, dob); analize recepcije, historijskog i etnografskog pristupa; uloge publike i interpretacije.

Medijska kultura, u takvom referentnom okviru, ne treba da potencira podjelu kulture na *visoku* i *nisku* jer su njen prevashodni predmet istraživanja medijski sadržaji, narativi kreirani u okviru masovne komunikacije, kao i identificiranje matrica društvene strukture (moći) i kulturoloških elemenata na temelju kojih se kreiraju ti narativi. Prema ranije iznijetim tezama, primjetno je da veliki broj medijskih sadržaja predstavlja upravo ono što je označeno kao popularna (ili niža) kultura.

Situacija u kojoj medijski sadržaji i medijska produkcija ne bi bili predmetom određenih naučnih istraživanja, radi toga što su oni faktor za nastajanje i razvoj popularne kulture u modernim uvjetima, bitno bi umanjilo kritičku snagu aktualnih istraživanja u domenu društvenih i humanističkih znanosti. Ono što je posebno značajno jeste da se današnja medijska funkcija treba posmatrati kao svojevrsni simptom, na temelju kojeg otkrivamo i istražujemo modele produkcije i identificiramo neke od ključnih karakteristika modernih društvenih odnosa i struktura.

Na temelju toga, proučavanje medija i masovne komunikacije, predstavlja bitnu komponentu u procesu kritičkog tumačenja i procjenjivanja negativnih i pozitivnih aspekata medijske funkcije, kao i vrlo koristan i referentan okvir za analizu ideološke strukture moći i društvenih trendova. Pojam medijska kultura, na taj način, može se odrediti kao pojam koji „istovremeno označava i prirodu i oblik sadržaja industrije kulture (to jest, kulture), i način njene proizvodnje i distribucije (Kellner, 2004, 62).

Ovakve postavke su značajne zato što one ukidaju razliku između medija i njihovih sadržaja, odnosno ukidaju razlike između procesa komunikacije, s jedne strane, te kulture i njenih komponenti, s druge strane. Tako se, u središte stručnih istraživanja i analiza, postavljaju koncepti kao što su produkcija i distribucija medijskih proizvoda, kao i percepcija tih istih sadržaja od strane publike. Istovremeno se u drugi plan stavljaju pojmovi masovne i popularne kulture, a ističu određeni medijski artefakti kao simptomi koji ukazuju na karakter društvenih odnosa i struktura moći.

Funkcioniranje masovnih medija, u kontekstu medijske kulture, može se analizirati kao područje u kojem se sukobljavaju različiti političko-ideološki interesi, te odražavaju brojni društveni konflikti i problemi. Na ovom području se nastoji ostvariti dominacija koja, sama po sebi, predstavlja i dominaciju u društvu, ili, drugačije rečeno, moć koja se ostvaruje u oblasti medijske kulture je simptom na osnovu kojeg se mogu utvrditi dominantni političko-ideološki obrasci tog društva.

Istraživanja medijskih sadržaja u okviru kulturalnih studija omogućavaju analizu i tumačenje modernih komunikacijskih i društvenih procesa – poput decentralizacije, s jedne strane, i transnacionalizacije, s druge strane (McQuail, Suine, 149). Takva istraživanja i analize otkrivaju nam i neke od budućih trendova. Neki od tih trendova su usmjereni prema jeftinoj zabavi za masovnu publiku, a neki će insistirati na specijalizaciji programa i sadržaja za različite profile publike.

Proučavanje medija dobiva sve veći značaj, ne samo sa komunikološkog i kulturološkog aspekta, i radi ekspanzije digitalne tehnologije i novih medija. Njihov razvoj je privatnost uveo u javni prostor, što ne može proći bez određenih posljedica, a isto tako, taj razvoj je stvorio jedan paradoks: današnji čovjek je, u virtualnom svijetu mobilan, ali je u stvarnom svijetu nepokretan (zatvoren u vlastitom domu, ili u poslovnom okruženju), paraliziran i u nekoj vrsti komatoznog stanja¹.

Ovakvi i slični stavovi, koji oslikavaju kritički diskurs spram novih medija i digitalizacije komunikacijskog prostora, suprotstavljaju se idejama koje su najavljivale da novi mediji donose i novi svijet.

¹ Virilio, Paul (2000) : *Polar Inertia*. Sage - London. , 69.; Prema Stevenson, Nick (2002) :

Understanding Media Cultures. London : Sage. , str. 204.

Takve ideje su dio tehno-utopije i koncepta prema kojem su svi članovi Mreže pripadnici slobodne i progresivne kolektivne svijesti. Ovo jeste vrlo vješta mimikrija za proces korporativnog modeliranja ponašanja u elektronskom svijetu, te način da se prikrije djelovanje i interesi stvarnih centara društvene moći.

Kulturalni studiji pružaju relevantan okvir za izučavanje medijske funkcije i u uvjetima potpune digitalizacije koja je ustanovila potpuno novi sistem vizuelnog, te modelirala strukturu novih medija i novih kulturnih formi (virtuelna realnost). Upravo radi toga, postalo je značajno istraživati i nove oblike komunikacije (interaktivnost), odnosno novu paradigmu koja je, odlaskom iz analognog doba, stvorila jednu drugačiju, dinamičnu i heterogenu oblast kulturnih i tehnoloških konvergencija i kombinacija.

Novi oblici elektronske komunikacije, novi mediji i 3-D tehnologija, po svemu sudeći, uveli su nas u jedno novo doba i otvorili niz pitanja, od onih komunikoloških i tehničkih, do kulturoloških i pedagoških.² Analize medijske funkcije, s aspekta kulturologije, podrazumijevaju identificiranje ideoloških pretpostavki, ali i promišljanja u okviru modernog medijskog obrazovanja. U tom smislu, moderna teorija medija ne bi smjela biti reducirana na dominaciju tehnološkog determinizma ili na posmatranje novih medija odvojeno od ostalih oblasti kulture.

Stoga i teorija novih medija treba da uspostavi vezu između modernih disciplina, kao što su digitalne studije i cyberteorija, s nekim već, u znanstvenom smislu, etabliranim teorijskim okvirima poput onih koji su osnova za proučavanje sociologije, kulturologije, semantika, psihologije, umjetnosti i filmske kulture. Takav pristup može biti kvalitetan temelj za koncipiranje modernih pojmova kao što su informacijsko ponašanje, digitalna kultura i digitalna humanistika, kao i temelj za znanstvena istraživanja u ovim oblastima.

² Pozitivni i negativni aspekti upotrebe Interneta i novih medija od strane mladih, te u edukacijskom procesu, postali su već uobičajen predmet istraživanja, kao i koncept ovisnosti mladih od Interneta – o ovome pogledati Miliša, Zlatko, Tolić, Mirela, Vertovšek, Nenad (2010) : *Mladi – odgoj za medije, priručnik za stjecanje medijskih kompetencija*. Zagreb : M.E.P.d-o.o.

Završna razmatranja

Razvoj medija i njihova sveprisutnost u modernom društvu stvorili su potrebu da se njihova funkcija istražuje na detaljan i stručan način, često uz upotrebu interdisciplinarnih pristupa. Značaj medija i njihovih sadržaja analiziraju se i na razini kvantitativnih i kvalitativnih pokazatelja, kroz pokušaje da se utvrde korelacije između njihovog djelovanja i eventualnih utjecaja, kao i na razini njihovog djelovanja na kreiranje određenih komponenti unutar kulturoloških matrica.

Tako su mediji, a posebno treba istaknuti nove medije koji se razvijaju i šire nevjerovatnom brzinom, postali jedan od ključnih faktora koji produciraju i određuju popularnu kulturu. Društvene promjene u posljednjih sedam decenija su, umnogome, dovele do ukidanja razlika između „high“ i „low“ kulture. U tom procesu posebno bitnu ulogu su odigrali masovni mediji koji su doprinijeli reprodukciji originala, „industrijalizaciji“ kulture i modeliranju jednostavnog oblika interaktivnosti između publike i kulturnih/umjetničkih djela.

Unutar popularne kulture, koja je predmetom istraživanja kulturalnih studija, egzistira značajan broj medijskih sadržaja koji nastaju kao rezultat medijske produkcije. U tom procesu, djelovanje medija predstavlja svojevrsni fenomen čije nam istraživanje ukazuje ne samo na karakteristike popularne kulture, nego i na ono što je posebno bitno s aspekta kulturalnih studija – koji su to (ne)dominantni društveni trendovi i koje vrijednosti afirmiraju centri ideološke moći.

Literatura

- Božović, Ratko (2006) : *Leksikon kulturologije*. Beograd.
Ciceron (1974) : *Rasprave u Tuskulu*. druga knjiga, V., Beograd : SKZ.
Duda, Dean (2002) : *Kulturalni studiji : ishodišta i problemi*. Zagreb: AGM.
Fiske, John., (1989): *Understanding Popular Culture*. London: Unwin Hyman.
Kant, Immanuel (1975): *Kritika moći suđenja*. Beograd : BIGZ.
Kellner, Douglas (2004): *Medijska kultura*. Beograd : CLIO.
Miliša, Zlatko, Tolić, Mirela, Vertovšek, Nenad (2010): *Mladi*

– *odgoj za medije, priručnik za stjecanje medijskih kompetencija*. Zagreb : M.E.P.d-o.o.

Stevenson, Nick (2002): *Understanding Media Cultures*. London : Sage Publications.

Ugrešić, Dubravka (2002): *Kultura laži*. Zagreb : Konzor, Beograd : Samizdat B92.

Vlaisavljević, Ugo (2007): *Rat kao najveći kulturni događaj – ka semiotici etnonacionalizma*. Sarajevo : Mauna-fe, 1950 Publishing.

Vuković-Peović, Katarina (2012): *Mediji i kultura – ideologija medija nakon decentralizacije*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.

Vuksanović, Divna (2011): *Filozofija medija 2 : ontologija, estetika, kritika*. Beograd : Fakultet dramskih umetnosti.

Žižek, Slavoj (1989): *Sublimni objekat ideologije*. Zagreb : Arkzin.

Williams, Raymond: *Base and Superstructure in Marxist Cultural Theory*. In Durham, G. Meenakshi; Kellner, M. Douglas (2006): *Media and Cultural Studies : keywords*. Blackwell Publishing.

Recenzent: dr. sc. Esad Delibašić, UNZE, BiH

Lektor: dr. sc. Damir Kukić