

Sveobuhvatno o uticaju novih medija

Vuk Vuković, *Društveni mediji i upravljanje komunikacijama*, Fakultet dramskih umjetnosti, Cetinje, 2019.

Dragana Žarić¹

Univerzitet Crne Gore, Fakultet političkih nauka, Crna Gora



Knjiga „Društveni mediji i upravljanje komunikacijama“ dr Vuka Vukovića, docenta na Univerzitetu Crne Gore, za oblast medijske produkcije i predavača na Fakultetu dramskih umjetnosti i Fakultetu političkih nauka, nastala je na temeljima doktorske disertacije autora („Društveni mediji: uticaj novih tehnologija na upravljanje komunikacijama“), odbranjene 2016. na Fakultetu dramskih umjetnosti u Beogradu.

Knjiga je strukturisana kroz 18 poglavlja, u kojima se uspješno kombinuju teorijski i empirijski pristup. U uvodnom dijelu, autor tumači neke ranije ideje teorije medija (Lev Manovič) i nudi nam uvid u rad savremenih teoretičara (Aleksandar Galovej). Autor, potom, opsežno ispituje medijsku konvergenciju, primjenjujući značajne teorijske postavke (Makluan, Gir, Negroponte) na nove pojave u medijskoj produkciji. Značajan izvor informacija u ovoj oblasti predstavljaju rezultati istraživanja navika medijske publike. Podaci o upotrebi tehničkih uređaja jasno ukazuju na nove obrasce odnosa *publika-mediji*.

Poglavljju o virtuelnom okruženju autor dodaje riječ „upravljanje“, čime sugerše značaj pozicije korisnika. U tom smislu, zanimljivi su analizirani pojmovi „uranjanja“ (u virtuelni prostor) i „alternativne realnosti“, te osvrt na psiho-

¹ Kontakt sa autorkom: draganaz@ucg.ac.me

loške aspekte „ekranske kulture“. Poglavlje o društvenim mrežama, aluzivnog podnaslova „Ako te nema – ne postojiš?“, nudi sistematičan pregled nekoliko empirijskih istraživanja u toj oblasti. Sumirajući njihove rezultate, autor postavlja važno pitanje – budući da smo „dobili vještačku inteligenciju, treba li da očekujemo i razvoj vještačke kreativnosti...“ (str. 105.) Posebno mjesto dobio je Fejsbuk, čije korisnice i korisnike „upoznajemo“ kroz otvorene odgovore na pitanja: „Zašto Facebook doživljavate kao primarnu društvenu mrežu?“, „Kojе ste informacije uključili na svoj profil?“, „Na koji način vaš profil odražava vašu ličnost?“ itd. U tom smjeru, autor razmatra perspektive razvoja participativne kulture, te pojavu prozumerizma.

Možda najzanimljivije, poglavlje o poziciji čovjeka kao bića unutar svijeta isprepletanog medijskim mrežama ukazuje na „vještački koncept društvenosti“. Šta se dešava sa ljudskim identitetom, te koje se etičke dileme otvaraju pojavom „humanoidnih robota“, pitanja su koja autor postavlja u ovom dijelu knjige. U fokusu je individualni identitet, s mnogobrojnim komponentama („osjećanje o sebi“, „slika o sebi“, „društveno ja“, „intimno ja“...), a posebno onlajn (online) i oflajn (offline) identitet.

Prijatelji (friends), pratioci (followers), veze (connections) – autor izučava i kontakte koje ostvarujemo putem društvenih medija, primjećujući da oni „postaju publika naših *online* postupaka...“ (str. 187.) Toj se publici predstavljamo kroz tekst, audio, video sadržaj, te fotografiju, čije višestruke funkcije i namjene autor razlikuje. Ovdje su dovedene u vezu analize profilnih fotografija na društvenim mrežama sa Bartovom teorijom o denotativnom i konotativnom značenju fotografija, te urađena zanimljiva analiza „kulture narcizma“. „Mogu li da budem ono što želim da budem?“ podnaslov je poglavlja koje se bavi „menadžmentom i produkcijom utiska“. Autor uočava komunikacijske razlike u samo-predstavljanju i zapaža nove istraživačke trendove u izučavanju popularnosti i imidža.

Najzad, autor dolazi do nekoliko važnih zaključaka, od kojih izdvajamo onaj o personalizaciji javnog medijskog prostora. Vuković ukazuje da su nove tehnologije kreirale okruženje u kojem je funkcija društvenih medija „samopromocija korisnika putem komunikacije sistema vrijednosti“ (str. 234.).

Ključna vrijednost ove knjige ogleda se u interdisciplinarnom pristupu materiji – autor kombinuje metode i znanja iz teorije i menadžmenta medija, psihologije, sociologije, filozofije medija, teorije kulture... Teorijske metode,

kao što su sistemsko posmatranje ili kritička metoda, prate empirijske metode – studija slučaja i upitnik o ponašanju ispitanika na internetu i društvenim medijima.

Takođe, autor kreira podlogu i otvara prostor za nova istraživanja medijske kulture. Pitanja koja postavlja su filozofsko-antropološka (kako novi mediji mijenjaju čovjeka), sociološka (kakve društvene posljedice proizvode društveni mediji), psihološka (kako mediji utiču na procese mišljenja, pamćenja, te interpersonalnu komunikaciju)...

Kao što su primijetile recenzentkinje knjige, prof. dr Ana Martinoli i prof. dr Divna Vuksanović, Vuk Vuković se bavi tematikom koja se svakog dana mijenja i dopunjuje, što je hrabar istraživački poduhvat.

S obzirom na korištene metode i sintezu raznovrsnih (sa)znanja, knjiga „Društveni mediji i upravljanje komunikacijama“ može poslužiti i kao priručnik za medijsko obrazovanje. Treba napomenuti i da domaće biblioteke nijesu bogate sličnom literaturom, pa će ova knjiga biti dragocjena studentima društvenih i humanističkih nauka, te zainteresovanim istraživačima i stručnoj javnosti.

