

**ZLATAN
KRAJINA**

**MEDIJI
I PUBLIKE
U SVAKO-
DNEVNOM
ŽIVOTU**

fpzg

LEYKAM
international

Zlatan Krajina
MEDIJI I PUBLIKE
U SVAKODNEVNOM ŽIVOTU

fpzg Sveučilište u Zagrebu
Fakultet političkih
znanosti



MS

BIBLIOTEKA MEDIJSKE STUDIJE



LEYKAM international

Zlatan Krajina

MEDIJI I PUBLIKE U
SVAKODNEVNOM
ŽIVOTU

Zagreb, 2025.

Nakladnici
Sveučilište u Zagrebu, Fakultet političkih znanosti,
Ulica Ivana Ljepušića 6, 10000 Zagreb

Leykam international d.o.o.,
Ilica 42, 10000 Zagreb

Za nakladnike
izv. prof. dr. sc. Dario Nikić Čakar
Jürgen Ehgartner

Biblioteka
Medijske studije

Urednik biblioteke
izv. prof. dr. sc. Boris Beck

Urednica sveska
Eugenia Ehgartner

Recenzentice
izv. prof. dr. sc. Antonija Čuvalo
izv. prof. dr. sc. Dina Vozab

Lektura i korektura
Neli Mindoljević

Grafičko oblikovanje
Tvrтко Gregurić

Tisak
Denona d.o.o., Zagreb
Tiskanje dovršeno u kolovozu 2025.

© 2025 Leykam international d.o.o., Zagreb
Nijedan dio ove knjige ne smije se umnožavati,
fotokopirati ni na bilo koji drugi način reproducirati
bez nakladnikova pismenog dopuštenja.

Knjiga je objavljena uz financijsku potporu Ministarstva znanosti,
obrazovanja i mladih Republike Hrvatske.

ISBN 978-953-340-214-7

CIP zapis dostupan u računalnom katalogu Nacionalne
i sveučilišne knjižnice u Zagrebu pod brojem 001274206.

BIBLIOTEKA MEDIJSKE STUDIJE

Cilj je biblioteke proširiti izdavaštvo knjiga iz područja medijskih i novinarskih studija te komunikacijskih znanosti. Biblioteka je zamišljena kao domaći i međunarodni forum za objavljivanje znanstvenih autorskih knjiga, uredničkih knjiga, zbornika radova sa skupova i udžbenika iz područja medija, komunikacija, novinarstva te odnosa s javnošću. Njezina izdanja teže najvišim standardima važnosti i znanstvene izvrsnosti – a sve u želji da poveže znanstvenike i istraživače, predavače i studente, medijske djelatnike i zainteresiranu širu javnost, kako bi nove spoznaje produbile naše zajedničko područje interesa, unaprijedilo medijsku praksu i obogatilo naše živote.

Sadržaj

PREDGOVOR	9
UVOD	13
MEDIJSKE PUBLIKE KAO „ZANIMLJIVA” PROBLEMATIKA	35
PUBLIKE MEDIJA U KOMUNIKOLOŠKOM KRAJOBRAZU	65
KULTUROLOŠKI POGLED NA UČINKE MEDIJA	89
SOCIOLOGIJA SVAKODNEVICE I MEDIJSKE PUBLIKE	125
POSTMODERNI SUSRETI S MEDIJIMA I POLITIKA TOKA	165
KRITIKA SVAKODNEVICE S MEDIJIMA	193
ZAKLJUČAK	213
LITERATURA	217
KAZALO OSOBNIH IMENA	255
KAZALO POJMOVA	258
O AUTORU	260

Predgovor

Ova knjiga počela je nastajati davno prije nego što sam je počeo pisati, odlascima na magisterij i doktorat iz medija i komunikacija na Goldsmithsu u Londonu (2006. – 2010.). Otad sa studentima i kolegama radim dijeleći zanimanje za društvena i kulturna pitanja medija i komunikacije. Objedinjujem iz raznih disciplina i izvora ono što, držeći pred sobom gotovu knjigu, prepoznajem kao dijelove iste cjeline, kritički i kreativan pristup razumijevanju značenja medija u svakodnevnom životu. Materijale za ovu knjigu – naglaske važnih teorijskih pristupa, najprikladnije interpretacije, ilustracije iz svakodnevnih medija, novinarstva i umjetnosti te upečatljive empirijske slučajeve – pohranjujem po memorijama i fasciklima unatrag petnaestak godina u raznim institucijama, gradovima i zemljama te konačno dobar dio njih uokvirujem u cjelovit narativ.

Ovo je znanstvena knjiga o medijskim publikama koju pišem s raznim publikama na umu, ne samo akademskim nego i profesionalnim (novinarskim) publikama. U znanost sam potekao iz novinarstva, noseći za mene iznimno vrijedno iskustvo rada na Hrvatskoj radioteleviziji, koje me je usmjerilo na stjecanje vještina uvezivanja raznolikih sadržaja u zajednički narativ. Pišem imajući na umu razne potrebe, moju potrebu da objedinim najvažnije i najintrigantnije od onoga što uočavam iz ove velike materije, potrebu studenata za pristupačnom sintezom, potrebu moje akademske zajednice za kritičkim uvodima u teme naoko razdvojenih istraživačkih interesa i konačno potrebu opće javnosti da bolje razumije vlastite navike u korištenju medija i da

poblje dozna čime se sve bavimo. Objedinjujem naglaske iz suvremene i klasične literature sociologije svakodnevice, studija komunikacije i kreativne kritike kako bih pokazao dio raznolikosti problematike medijskih publika. U eri hiperprodukcije, moguće je da sam neke važne izvore previdio. Kako bih podržao dalje istraživanje, uz neke ključne termine u tekstu dodajem izvorni termin na engleskome koji čitatelj može slijediti, kao i nešto dodatne literature.

Zahvalan sam ljudima iz raznih sfera i razdoblja života za podršku na dugom putu nastajanja ove knjige. Zahvaljujem studentima raznih institucija na posvećenom i kreativnom sudjelovanju na nastavi o ovim temama. Interes domaćih studenata za sažetkom na hrvatskome koji bi prenio dio sadržaja i atmosfere s nastave o medijskim publikama bio mi je inspiracija i orijentir u selektiranju sadržaja i načina prezentacije. U fokusiranju na kulturalne studije na FPZG-u podržao me je Nenad Zakošek, a povjerenje za vođenje obveznog predmeta Mediji i publike, u okviru kojeg sam najviše radio na ovim temama, ukazala mi je Marijana Grbeša. Ovim temama „zarazio” me je David Morley. Njegove mentorske, a sada i drugarske sugestije, posvećene analize i humorne opaske i dalje me usmjeravaju. Rani dijalozi sa Shaunom Mooresom orijentirali su me u nepreglednoj literaturi. Važan doprinos poticajnoj atmosferi za rad prepoznajem kod naših fakultetskih kolega, administrativnih i drugih službi. Odsjek za medije i komunikaciju bio mi je nezamjenjiv akademski dom, a kolege Nebojša Blanuša, Viktorija Car, Igor Kanižaj, Sanjin Dragojević, Dejan Jović, Zoran Kurelić, Marina Mučalo, Tena Perišin, Zrinjka Peruško i Gordana Vilović posebno važna akademska podrška. Hrvoje Cvijanović dao mi je korisne dodatne komentare na dio teksta. Uredniku biblioteke hvala na vjeri u ovaj projekt. Urednici izdanja zahvaljujem na velikom trudu u završnom oblikovanju knjige te sunakladnicima na suradljivosti. Hvala recenzenticama na rigoroznoj pozornosti i tretiranju teksta kao svojeg. Ekipa s Activity Centre Krk, boduli i drugi, poput mene, „usvojeni” Krčani, učinila mi je početak

rada na ovoj „zanimljivoj” temi tijekom pandemije nezaboravnim. Hvala mojoj ekipi s edukacije iz Gestalt psihoterapije na podršci, Maji Grakalić na požurivanju, Ani Vlašić na stalnom prisustvu i bodrenju, Mariti Bitangi na ritualima „slavljenja života” i mami na podršci. Tata i drugi najbliži, kojima bi bilo drago i kojih više nema, bili su mi u sjećanju kao podsjetnik na važnost, kako mi je to jednom opisala Jasenka Pregrad, odlazaka u „promatranje svijeta iz japanki”. Davideova brižnost, pogađanje biti procesa i gledanje ovog posla iz šire perspektive, u Trstu i u Zagrebu, učinilo mi je ključnu razliku.

Uvod

„Istraživanje medijskih publika se nastavlja jer je njegov objekt bjegunac.” (Bratic 2005: 1)

U ovoj knjizi istražujem medijske publike u svakodnevnom životu. Istražujem prikladne teorijske pristupe i empirijske slučajeve koji unatrag nekoliko desetljeća propituju načine na koje ljudi u svakodnevici koriste i razumiju medije i kroz te prakse jedni druge. Tijekom živih diskusija na nastavi o ovim temama zamijetio sam zanimanje studenata za ovu tematiku i teškoću koju im predstavlja usvajanje novih ideja iz strane literature. Na nju smo primorani oslanjati se, što zna biti preprekom dubljem i trajnijem angažmanu. U ovoj ću knjizi predstaviti uvodni dio tematike, s fokusom na definiranje publika, konteksta njihova nastanka kao društvene i znanstvene tematike, svakodnevice, pitanja pozornosti i kritike. Ovo bih putovanje volio nastaviti dubljim razmatranjem drugih ključnih elemenata, ideologije, identiteta, pripadanja i tehnologije, koje problematike ovdje tek spominjem u mjeri nužnoj za praćenje narativa odabranog fokusa ove knjige. Objedinjujem ono što trenutačno smatram najrelevantnijim iz *medijskih i kulturalnih studija* (uobičajeno spominjanima zajedno, kao „intelektualnim blizancima”, Curran i Morley 2006: 3) te sociološke literature, o temeljnim aspektima svakodnevnog korištenja medija. Dovodjenje rasprava o medijima, publikama, svakodnevici i kreativnoj kritičkoj praksi u odnos u cjelovit narativ vidim i kao doprinos postojećoj literaturi čiji je fokus i opseg često predodređen institucionalno, granicama jedne discipline kojoj znanstvenik treba „pripadati”.

Uočavam međusobno podupiruću relevantnost i sociološke i kulturološke dimenzije svakodnevna korištenja medija. One su ovdje povezane na način da nam prva služi kao fundamentalan izvor spoznaja o tome kako je društveni svijet organiziran i kako funkcionira. Naime, kako u kontekstu svakodnevna korištenja medija nastaje zajednica koja je veća od zbroya pojedinaca koji je čine te što ih (koja dijeljena znanja, pretpostavke i vrijednosti) pritom (ne) održava na okupu? Druga dimenzija, iz perspektive kulturalnih studija (*cultural studies*) fokusira se na dinamičnost tog procesa, istražujući za koga vrijede koja znanja i vrijednosti na koji način u kojem vremenu i prostoru u odnosu na koje kontekste (političke, ekonomske, povijesne itd.). Kulturalna dimenzija tiče se impliciranih odnosa moći i svakodnevnog života (*everyday life, quotidian*). Svakodnevica se smatra ključnim, generativnim kontekstom gdje se, ispod površine repetitivnog, običnog, polu-zamjetnog i naoko banalnog niza aktivnosti, odvijaju za društvo temeljni odnosi, tenzije, suradnje i borbe pojedinca i društva, slabih i jakih, stvaratelja i korisnika medija, društvenog centra i margine: po meni, svakodnevica sadrži odgovore na to na kojim se temeljima taj suživot odvija. Za kulturalne studije komunikacija, kao i druge prakse, jest „simptomaska” na način da se istražuje s obzirom na „širu društvenu konfiguraciju logikom traganja za onim što [promatrane prakse, ZK] prešućuju ili izbjegavaju, što zapravo strukturira ideologiju koja ih prožima” (Duda 2002: 61). Studij medija i publika jednu i drugu (sociološku i kulturološku) perspektivu povezuje fokusirajući se na svakodnevicu.

Svakodnevni život pokazuje se kao „ono mjesto gdje se neposredno sučeljava zajednička norma i subjektivni postupak” (Martinić 1994: 3). Istraživanje svakodnevice nudi dobrodošao „protuotrov” za razne ortodoksne tendencije u društvenim značnostima poput „sklonosti kategorijalnom načinu razmišljanja u sociologiji” (apriornom pretpostavljanju važnosti određenih „objektivnih atributa” za stvarne ljude) i naklonosti „općim objašnjavalačkim zakonima” (Spasić 2004: 11, 19). Iskustva

običnih ljudi u studijama svakodnevice dugo su bila zanemarena i od 1960-ih, kada sociologija svakodnevice uzima svoj zamah kao „mikrosociologija”, ona sve više tvore „gust opis” života društva (Geertz 1993). Sociolozi su „spremniji saslušati” iskaze „subjekta”, kojeg sociolozi više nisu nužno „superiorni” ili „ekskluzivni” tumači (Spasić 2004: 19). Na scenu stupaju „ambivalencija, improvizacija, neizvjesnost te preplitanje konvencionalnog i inovativnog, nametnutog i spontanog” kao najveći dio ljudskog iskustva, uz bok „očekivanja” i „normi” (Spasić 2004: 31). Svakodnevica ima trajnu važnost proučavanja „upravo zbog toga što se u ... [njoj, ZK] sabire sav ljudski život i što njezin lik govori o karakteru konkretnog društva i društvenog čovjeka” (Kalanj 1988: vii). Ona nastaje kao „zbir brojnih interferencija: podjele rada, društvenih klasa, ideologija i vrijednosti, opresija i represija, gesta i činova, situacija diskursa” (Kalanj 1988: viii). Istovremeno, navedene interferencije u svakodnevici ostaju manje dostupne refleksiji. Naime, „svakidašnjica, kao i jezik, sadrži implicitne iako funkcijama sakrivene evidentne forme i dubinske strukture” (Kalanj 1988: viii). Kako ću pokazati kroz sljedeća poglavlja, *studij medija i publika u svakodnevici u fokus stavlja procesnu prirodu komunikacije, supostojanje interakcije blizu i na daljinu, konstruktivističku i pluralnu narav znanja i kontradiktornosti osobnog i društvenog, privatnog i javnog, te materijalnog i simboličkog, kojima se ostvarujemo kao društvena bića i u kojima kao društvo trajemo kroz vrijeme.*

Moj pokušaj određivanja nečeg što po prirodi stvari egzistira tako da se okvirima opire motiviran je potragom za orijentiranjem na terenu koji ne može biti iscrpljen nijednom mapom. S jedne strane, svakodnevica „nestaje čim je pokušamo formalizirati ili objasniti” (Markham 2020: 134). S druge pak strane, u svakodnevici mediji publikama postaju značajni čak i kada je „besmislenost”, poput prelistavanja časopisa u čekaonici ili skrolanja na tramvajskoj stanici, „dio korištenja medija” (Hermes 1993: 498). Ovakav opis u skladu je s općeprihvaćenim stavom komentatora teorija svakodnevice da ona nije niti

samo automatska (u navikama) niti posve refleksivna (u sferi svjesnosti). Naime „ne možemo jednostavno stati i razmisliti o svemu što činimo tijekom uobičajenog dana” (Hermes 1993: 498). Svakodnevni život pleše između rutinske usmjerenosti stvarima kojih često nismo ni svjesni (kako to vidi fenomenologija, s fokusom na intencionalnost i pred-svjesnu usmjerenost, „znanje” pohranjeno u tjelesnoj navici) i svjesne, angažirane interakcije dok pregovaramo značenje nečega sa sugovornikom (kako to vidi simbolički interakcionizam). Činjenica da značenje medija za publike, s obzirom da nastaje u takvoj, i svjesnoj i pre-svjesnoj svakodnevici, ostaje dijelom nespoznatljivo, ne znači da je raznoliko, rutinsko i fokusirano, korištenje (sve više digitalnih) medija nebitno, odnosno to „ne čini svakodnevne digitalne prakse besciljnim ili nemarnim” (Markham 2020: 134). Ta tvrdnja stoji čak i kada u fokus stavimo uvijek prisutnu, ma kako implicitnu, dimenziju odnosa moći. Na umu imam „podatkovni kolonijalizam” medijskih platformi (i „gig ekonomije”) u svakodnevici (autori termina Meijas i Couldry 2024, ukazuju na analogije između kolonijalne vladavine proizišle iz iskorištavanja zemlje i vladavine iskorištavanjem podataka nastalih u postkolonijalnoj eri mrežne komunikacije). Mislim i na „datafikaciju” odnosno prikupljanje i obradu podataka o našem svakodnevnom korištenju medija, koji nastaju dok se medijima koristimo, s ciljem predviđanja korištenja (Livingstone 2019). Naime, „nedostatak deklarirane namjere” svakodnevna korištenja medija – naoko besciljne aktivnosti poput pogledavanja, skrolanja ili prelistavanja – jest upravo ono što čini medijsku svakodnevnicu specifičnom i donekle autonomnom u odnosu na medijske korporacije (Markham 2020: 134).

Svakodnevnim korištenjem, mediji dobivaju značenja različita od onih zamišljenih u proizvodnji: umjesto pozorno korištene naprave ili praćenog sadržaja, s vremenom medijske tehnologije dobiju značenje svakodnevnih kućanskih predmeta, prigušenih izvora zvukova, pozadinske slike itd. Zato nas Löfgren suočava s naoko samorazumljivom idejom: „stalno se govori o tome

kako će nova tehnologija... revolucionarizirati svakodnevni život. ... za promjenu, trebali bismo obrnuti to pitanje. Kako svakodnevica revolucionarizira nove tehnologije?" (2014: 81). Pritom skreće pozornost na to da kućanstvo „nije samo mreža rutina i navika nego i mjesto stalne improvizacije i eksperimentiranja”, zamjećujući primjere poput prenamjene svakodnevnih predmeta gdje „tuba kreme za lice postane zaustavljač vrata, bide postane spremište za šampone, daska za glačanje radni prostor za laptop” (Löfgren 2014: 91). Moderno kućanstvo ne drži medije kao „stvari” preko kojih komuniciramo na daljinu nego kao „građu” (*stuff*), koja nastaje kao dio širih procesa nastajivanja (Löfgren 2014: 84). Na primjer, postavljanje lijepe keramičke zdjele kao ukrasa na stoliću za kavu tek je jedna postaja u procesu mijene: „odjednom je u njoj prazna kutija šibica, ... nekoliko kovanica... i čarobnom silom, novi su objekti privučeni: punjač za mobitel, stara uplatnica za loto, neplaćeni račun za struju i neke korištene baterije. Korak po korak nastaje planina... dok netko jednog dana dnevnoj sobi ne podari istraživački pogled: ‘Ne možemo imati ovoliki nered!’” (Löfgren 2014: 84). Stoga je medijsku svakodnevicu najbolje zamisliti kao „mašineriju koja drastično mijenja oblike, funkcije i budućnosti, primjerice, novih medija. Ona ih žvače i guta i neke brzo isplju- ne jer se ne mogu integrirati u svakodnevne prakse i potrebe. Druge su probavljene, isprobane, prilagođene i promijenjene” (Löfgren 2014: 81). Riječ je o „polaganoj akumulaciji promjene” (Löfgren 2014: 81) koju ću drugdje nazvati u literaturi o publikama prepoznatljivim procesom „udomaćivanja”. Termin se odnosi na dugu i raznoliku prenamjenu tehnologija iz javno dostupnih potrošačkih dobara u privatno posjedovana i intimno važna simbolička dobra komuniciranja unutar kućanstva i s vanjskim svijetom (Silverstone 2006; Krajina 2014).

Odgovarajući na relativni nedostatak pažnje obraćene rutinskoj dimenziji interakcije s medijima u postojećim istraživanjima, ova knjiga nudi kritičku znanstvenu sintezu nekih temeljnih tvrdnji o svakodnevnim medijskim publikama. Istovremeno,

ne zadajem si kao cilj (neizvedivu) iscrpnost bujajuće terminologije i sažetaka, mono-disciplinarni fokus ili historiografsku naraciju „razvoja” istraživanja, već dinamički prikaz fenomena medijskih publika u svakodnevici korištenjem znanja raznih disciplina i relevantnih primjera. U cilju povezivanja i objedinjavanja uobičajeno razdvojenih pristupa i slučajeva, posežem za Morleyjevom metodom „multidimenzionalne analize” (2006: 33) koja je sociološki integrativna u smislu traganja za vezama mikro i makro razina analize (Knorr Cetina 1981) te, po meni, daje prioritet više raznolikosti promatranog fenomena nego unutarnjeg svijeta neke znanstvene tradicije, odnosno razumijevanju i zainteresiranom pripovijedanju više nego indiferentnom izvještavanju. Ova metoda pretpostavlja kritičku znanstvenu sintezu koja je „pragmatična”, zbog toga nužno dijelom i „selektivna”, ali u vidu prikupljenih elemenata i proizašlih tvrdnji, „sinergijska” (Morley 2006: 33; vidi primjenu ovog modela u empirijskom istraživanju i u Krajina 2014). Cilj je „posvećenost korisnosti teorije prije nego njezinoj vrijednosti za sebe” krećući se, kao i kod Marxa (1977), između „konkretnog” i „teorijskih apstrakcija”, odnosno pokazujući značaj apstrakcija u konkretnome (Morley 2014: 26, 27), npr. „populacija” postaje relevantna tek kao „rezultat analize” konkretne „nacije” ili „klase”, a ne kao „početna točka” (Allor 1998: 219). To ujedno znači da ne slijedim tendenciju, vidljivu i u znanstvenom radu (koja je za regulatore često jedino jamstvo „izvrsnosti”) tzv. „prezentizma” (*presentism*) koji kao mjeru relevantnosti uzima fenomene najbliže „sadašnjem” trenutku (Morley 2025: 25). Takva uskost vidika ide ruku pod ruku s ustrajnom birokratizacijom znanosti koju Amann (2003) u Velikoj Britaniji vidi kao tzv. „sovjetizaciju” sustava, koju možemo osjetiti i kao slabljenje povjerenja. Prezentizam previđa naslijeđe prijedjenih puteva i akumuliranog znanja odnosno ignorira činjenicu da je društvo 21. stoljeća istovremeno u svim ranijim stoljećima (vidi Latour 2004). Validaciji povijesti kao dinamičke i implicirane u sadašnjosti ide na ruku i postupna promjena same „društvene

funkcije intelektualaca”, kojima se političari sve manje imaju potrebu „obratiti za legitimaciju postojećih poredaka”, što otvara prostor društvenim znanostima da smisao sve više pronađu u „lojalnosti i solidarnosti s drugim ljudskim bićima, suočenim s nemilosrdnom realnošću svoje kontingentnosti i užasima slobode i odgovornosti za osobni izbor” (Bauman 1992: 86, u Spasić 2004: 20).

Kao što epigram uvodnog poglavlja sugerira, naša tema, ma iz kojeg motiva je proučavali, ostaje teško ulovljivom. Istraživači ne uspijevaju nikad do kraja „izmjeriti, identificirati, razumjeti, ciljati” svoj „nedostižan” objekt istraživanja (Bratich 2005: 6), stavljaajući u zgrade, pri svakom istraživanju, saznanje koje najčešće ostaje neizrečeno. Publike trebamo istraživati, ali ih nikad nećemo poznavati potpuno ili dovoljno da bismo mogli generalizirati ili predviđati njihove interpretacije medija. Štoviše, čim više im se istraživači približavali, tim se više pokazuju novi relevantni aspekti i one se na neki način čine daljima. Svako nastojanje da se publike razumije ovisno je o odabiru naglaska i pristupa tom višedimenzionalnom fenomenu i time uvijek ostaje nepotpuno. Aktivnost publika tiče se raznolikih problematika, poput pozornosti, razumijevanja, raznolika praktičnog angažmana (vještina), medijske pismenosti, pripadanja, identifikacije, participacije, platežne moći, vrijednosnih sudova, političkih stavova, stvarnih životnih uvjeta, kreativnosti, aspiracija, trenutačne interakcijske situacije i interpersonalnih odnosa.

Slijedi da ni značenja medija ne možemo uzimati zdravo za gotovo. Oni su predmeti, zvukovi i slike koje presrećemo ili za kojima posežemo, u fokusu ili pozadini aktivnosti u našim dnevnim putanjama kretanja na više ili manje očekivanim mjestima i situacijama kroz dan, na radnome mjestu, u predavaonici, čekaonici, kupaonici, teretani, javnom prijevozu, trgovini. Susreti s medijima, po meni, sve su više temeljni modalitet njihova korištenja, što nije samo pitanje idiosinkrazije ili serendipiteta, nego, kako ću pokazati u posljednjem poglavlju,

način na koji smo ih i pozvani koristiti: i pitanje našeg smještaja medija u svakodnevicu i okvira korištenja koji potiču sami mediji. Jukstapozicije materijalnog i nematerijalnog, kolaži prisutnosti ovdje i na mreži („udvajanja prostora” komunikacije, Moores 2018), za naše razumijevanje medija i publika mijenjaju sve. Njihov paralelizam i međusobno redefiniranje zbiva se u svakodnevici, ona ga oblikuje kao tipično ili obično iskustvo suvremenosti. Naime, kako razumijemo bilo koju poruku ovisi ne samo o sugestijama te poruke i o našim predznanjima, nego i o društvenom i materijalnom kontekstu u kojem je susrećemo: kada smo „samo” provjerili koliko je sati na mobitelu i notifikacija nas je odvušla u ulogu publike nekog sadržaja ili kad smo začuli nama relevantan sadržaj na nečijem mobitelu stojeći u redu. Vrsta, intenzitet i usmjerenost pozornosti, razumijevanja i povezane akcije uvelike ovise o tome kako i gdje se medijima koristimo, one iz navedenog proizlaze. Moć medija u svakodnevnom je životu, prema tome, uvijek djelomična i indirektna, no nikad nebitna.

Neki čitatelji ostat će možda pomalo razočarani, potencijalno već sada nazirajući tvrdnju ove knjige da su mediji i obični, a ne samo spektakularni, i nevidljivi, a ne samo vizualni, i pozadinski, a ne samo glasni te naporni, nonšalantno ignorirani i dosadni, a ne samo eksplicitni, uvjeravajući i autoritativni. Istraživanje medija u svakodnevici, kako ću također pokazati, objašnjava i kako to da uz obilje informacija dostupnih preko živih prijenosa konvencionalnih ili društvenih medija, u najvećem broju slučajeva ne idemo nešto u povodu emitiranih događaja činiti. Vidjet ćemo, u predzadnjem poglavlju, primjerice kako i suvremena medijska logika toka (*flow*), pokušava držati našu pozornost u stalnom pomaku u odnosu na fizičku stvarnost, sugerirajući, kao i više od pola stoljeća prije u prepoznavanju postojanja, među ostalim, i „narkotizirajuće disfunkcije medija” (Lazarsfeld i Merton 1996), da je za sudjelovanje u društvenom svijetu dovoljno biti „spojen” ili ispred ekrana. Da ilustriram hipotetičkim primjerom, predizborni spotovi samohvale

političara o nošenju s problemima tranzicije i povećanju zaposlenosti opovrgnute su potencijalno već u nastavku programa, tijekom informativne emisije koja izvještava o odlascima radnika „trbuhom za kruhom”, a potom i u samoj dnevnoj sobi u kojoj raširena i u medijima ne baš vidljiva oskudica podupire apolitičke stavove odnosno potrebu obrane preostalog prostora „doma” (shvaćenog i kao četvrti i nacije) od raznih medijski najavljenih ugroza (Morley 2000) i može podržavati konformističke odabire u popularnoj kulturi i neliberalne odabire na izborima (Krajina 2019). Ne možemo pretjerati u naglašavanju važnosti konteksta za značenje sadržaja. Ne čudi i da je „tekst” u osnovi riječi „kontekst” (latinski „con”, s; „texere”, *spajati*; „contexus”, *spajanje*, Danesi 2000: 67), kao u „konotaciji” (latinski „con”, s; „notare”, označiti) odnosno redu značenja koje je sugerirano kombinacijom dodirnih, susjednih znakova. Značenje „konteksta” kao strane riječi jest i „smisao” (Domović i dr. 2002: 733).

Ova se knjiga tematski usredotočuje na korištenje medija u svakodnevnom životu, osvrćući se najprije na popularne pretpostavke o publikama, potom istražujući prikladna znanstvena određenja publika, uzimajući u obzir i šire društvene transformacije poput urbanizacije i industrijalizacije koje dovode publike u fokus raznih dionika, napose znanstvenika, zatim uzimajući u obzir historijsku važnost ranih istraživanja tzv. „učinaka” medija na ljude i koncepta moralnih i medijskih panika, potom konceptata koji nam služe u propitivanju svakodnevne poput osjećaja ontološke sigurnosti, toka, prisutnosti i pozornosti te konačno kreativnih znanstvenih intervencija i metoda defamiliarizacije. Neki od termina kojima se već služim, poput društva, kulture i komunikacije, uobičajeni su vokabular za razgovor o medijskim publikama i izvan akademskih okvira te ću stoga povremeno zastati kako bih odredio i njihova radna značenja u ovome tekstu i obeshrabrio pretpostavljanje. Polazim od viđenja društva kao „skupa institucija i odnosa u sklopu kojih živi relativno velika skupina ljudi” (Williams 1988: 291, u Hodkinson

2024: 3) i još bliže našem području istraživanja, društva kao „oblika komunikacije” (Williams 1962: 10, u Schwarz 2006: 21), čemu se, kao i definiciji komunikacije, dodatno vraćam poslije. Kulturu pak razumijem u širem smislu: niti samo kao „kulturalnu produkciju” niti samo „stil”, već iz perspektive kulturalnih studija, ukupnost institucija, iskustava i praksi kroz koje pregovaramo identitete, značenja svijeta i pripadanje (vidi i Morley i Robins 2003; Duda 2002). Učestalo ću spominjati specifičan okvir kulturalnih studija kroz koji istražujem i koji zbog opsega i važnosti za suvremeno razumijevanje publika zahtijeva zasebnu, naknadnu obradu.

Važnost kulturalnih studija ovdje se temeljno tiče usvajanja kritičke perspektive, što znači promatranje svih fenomena, osobito medija (Gillespie 2005a: 4), kroz društvene odnose „moći i različitosti” (Hall 1989a: 57, u Morley 1993: 15). Politička dimenzija svake prakse, osobito komunikacije, za kulturne studije tiče se „distribucije i djelatnosti moći”, shvaćene „u najširem mogućem smislu”, širem od „stranačke ili izborne politike” ili „državne moći” (Turner 1996: 219). Usvajanje perspektive kulturalnih studija ticat će se i valorizacije svakodnevice kao primarne, iako i dalje nedovoljno istražene, sfere društvene reprodukcije i promjene. Ne nastojim zauzimati mjesto brojnih postojećih, korisnih i iscrpnih sažetaka ili pregleda discipline (primjerice, integralnog serijala zbornika radova rodonačelnika discipline Stuarta Halla u izdanju Duke, npr. Brunsdon 2021, retrospektivnih zbornika poput Henriques i Morley 2017, ili u nas, npr., Duda 2002; Milivojević 2015). Za naše neposredne ciljeve istraživanja medijskih publika ističem tek kako kulturalne studije svoje mjesto pronalaze između postmarksizma (pretpostavke da značenja svijeta ne iscrpljuje klasa samostalno) i poststrukturalizma (pretpostavke da značenja svijeta nemaju čvrsto uporište u strukturi poput jezika). Za kulturalne studije to znači prihvaćanje prve i skepsu oko druge pozicije, na način da ta disciplina prevladavajuće pretpostavlja kako značenja svijeta nisu ni posve fiksna ni posve nefiksirana. Navedenu

pretpostavku u kulturalnim studijama vidim temeljnom za razumijevanje medijskih publika u svakodnevici. Zatim, kulturalne studije postoje jedino kao interdisciplinarne, kombinirajući korisna znanja iz više disciplina, poput primjerice, književnosti, lingvistike, antropologije, povijesti, politologije i medijskih studija. I konačno, poznati operativni pojmovnik kulturalnih studija – ideologija, identitet, čvorište, reprezentacija, spajanje/artikulacija (vidi i Brunson 2021) – nerazmrsivo je povezan sa specifičnim kontekstom nastajanja kao *britanskih* kulturalnih studija (nastalih na birmingemskom sveučilišnom Centru za suvremene kulturalne studije – CCCS). Taj specifikum treba imati na umu kod korištenja navedenih koncepata za interpretiranje pojava u drugim prostorima i vremenima usprkos naknadnom i sada uobičajenom navođenju imena discipline skraćeno, bez nacionalnog predznaka (Morley i Robins 2003). Specifično, za (britanske) kulturalne studije važno je poslijeratno vrijeme u Velikoj Britaniji, nastajanje politike i ideologije neoliberalne ekonomije (globalizacije tržišta, uključujući medijskog, te jačanje popularne kulture uz promoviranje egocentričnog individualizma uz istodobno slabljenje i smanjivanje javnih usluga, javne kulture i vrijednosti suradnje i solidarnosti), paralelne dekolonizacije i dolaznih migracija raznih „Drugih” (Morley i Robins 2003). Još specifičnije za Britaniju, ova perspektiva uočava važnost spajanja (*articulation*) rasnog i klasnog antagonizma 1970-ih (tako da elite drugi tada u promatranim situacijama prikazuju kao prvi, odnosno ekonomske probleme poput rastuće nejednakosti prikazuju kao problem prisutnosti kulturnih drugih, što je u nekoj mjeri prepoznatljivo i u drugim kontekstima, primjerice Brexitu, Krajina 2019).

Usvajajući i sociološki vokabular, kulturalne studije nude dinamički pogled na društvo kao „sistem dominacija”, odnosno kao „hijerarhijski i antagonistički skup društvenih odnosa koje karakteriziraju podčinjenost podređene klase, roda, rase, etničkih i nacionalnih skupina” (Kellner 2004: 56). „Različitost” igra ključnu ulogu kao mjesto izraza „antagonizma” s obzirom

na to da su u pitanju one različitosti koje (za razliku od primjerice „dan”/”noć”) eksplicitno izražavaju „neravnopravnost”, poput „muškarci/žene, bijelci/crnci”) (Kellner 2004: 56). Prema tome, kulturalne studije prepoznajemo kao „predanost ispitivanju kulturnih praksi sa stajališta njihove isprepletenosti s odnosima moći i unutar njih” (Bennett 1992: 23). Kako su ti odnosi dio višedimenzionalnih problematika, kulturalne studije „razvijaju teoretske modele odnosa između ekonomije, države, društva, kulture i svakodnevnog života” (Kellner 2004: 57). S obzirom na usredotočenost na suvremeno, kapitalističko i liberalno društvo, važan okvir kritike ukazuje tako na, kako kaže Stuart Hall, „artikulaciju [*articulation* kao *spajanje*, ZK] kulture i moći” (u Chen 1995: 396).

Predvodnici kulturalnih studija poput Hoggarta, Williamsa i Halla, izazivaju naslijeđenu poziciju poslijeratne elite koja kulturu smatra jedino civilizacijskim dosegom visoke ili etablirane umjetnosti kao prisvojenu poziciju viših klasa kao superiornih tumača svijeta za ostale (Turner 2003; Duda 2002: 10). Suprotno tomu, Raymond Williams pokazuje kako je „kultura obična”, odnosi se na sve klase te prakse i umijeća svakodnevice („cjelokupan način života”) (1973). Kulturalne studije kao objašnjavački okvir, uz „kulturalizam”, usvajaju i „strukturalizam” (vidi Hallovu znamenitu elaboraciju tih ključnih „dviiju paradigmi”, 1980.) u tako postavljenom, uključivom obzoru, svi oblici komunikacije postaju relevantni za analizu kulture. Ona je prepoznata u kulturi jedenja, rekreiranja, rada, u predmetima poput automobila, zgrada i odjeće, u gramofonskim pločama i kazališnim dramama (Duda 2002: 55, osobito vidi o kulturi kao društvenom vokabularu i pravilima njegova korištenja). Bio je to važan trenutak suvremene i vjerojatno revolucionarne društvene i znanstvene promjene u Velikoj Britaniji i dobrom dijelu svijeta. Ta je promjena, poslije nekoliko desetljeća rada, istraživanja i podučavanja, podržala to da uobičajeni dio popularnih medija postanu teme identiteta i životnih stilova, a legitimna tema istraživanja na znanstvenim i visokoobrazovnim institucijama

predstavljanje rodni ili etničkih identiteta (kulturalna reprezentacija) u sadržajima poput reklama, korisničkih objava na mrežama i glazbenih videospotova (vidi i Morley 2014). Studij medijskih publika utjecao je i na sam razvoj društvenih i humanističkih znanosti liberalizirajući metodološke postupke i istraživačke pristupe. Medijskom etnografijom, primjerice, ne bave se nužno samo antropolozi niti se ona u području istraživanja medijskih publika izvodi na konvencionalan način. Ien Ang (1996), primjerice, svoju važnu studiju o gledanju serije *Dallas* temelji na pismima čitateljica časopisa kojima se obratila za pomoć u provođenju istraživanja, teško ostvarivu drukčije u datim okolnostima.

Medijska komunikacija u svakodnevici kulturalnim studijama neobično je važna iz nekoliko razloga. Najprije, svakodnevna medijski posredovana komunikacija za mene je središnje mjesto na kojem se odvijaju temeljne borbe slabih i jakih, institucija i korisnika, medija i publika, moći i otpora. Stoga ne čudi Allorova tvrdnja da su kulturalne studije „najizravnije” adresirale pitanje publika iz „kritičkog” kuta koji se tiče nastojanja da se „povežu diskurzivni, tekstualni i društveni procesi” (1988: 224). Kulturalne studije vide svakodnevno korištenje medija kao ključno mjesto gdje razni društveni akteri građane nastoje kroz interakciju s medijima dozvati u prepoznavanje (i prihvaćanje) partikularnih vrijednosti i značenja svijeta kao zajedničkih i „zdravorazumskih”, a publike kroz interakciju većinom nude „pregovarane” interpretacije medija koje, u većini slučajeva, niti posve prihvaćaju niti posve odbijaju ponuđene verzije (Morley 1992; Duda 2002: 80–82). Svakodnevica s medijima odvija se kroz tu stalnu tenziju. U pozadini takva gledišta jest i postmarksistička perspektiva društvene promjene, koja za razliku od konvencionalne marksističke analize i pogleda na društveni razvoj kroz borbu klasa oko sredstava proizvodnje, konstatira neostvarenost Marxovih predviđanja i izostanak emancipacije koju bi vodila jedna klasa (McRobbie 1994; Laclau 1991). Postmarksizam, u osnovnim crtama, uočava da

kontradikcije koje su u središtu suvremenih društvenih dinamika nisu iscrpljene klasnim antagonizmima već su u mnogim „izvanjskim”, „kontingentnim procesima” vrlo raznolikih identifikacija (rodnih, rasnih, etničkih, seksualnih, generacijskih itd.) i njihovih nepredvidivih kombinacija (McRobbie 1994: 49, 6; Laclau 1991).

U poslijeratnim promjenama britanskog društva (vidi Hall 2011a, 2017a, 2017b), Hall uočava nužnost odmaka od klasične marksističke definicije ideologije kao „lažne svijesti” kojom upravlja vladajuća klasa, maskirajući alijenaciju radnika od proizvoda njihova rada, svijeta i njih samih kao prividno prirodno stanje. Postoji nešto što u stvarnom životu („društvena sila”, *social force*) generira ideje o tome tko smo, no izmiče se finalnom zatvaranju (Hall 1996b) i ne pretače se nužno u „političku silu” ili novu „klasu” (Hall 1989b: 2311-2322). Prepoznati su i drugi, prethodno spomenuti, identiteti ili sustavi značenja u kojima se prepoznajemo i kojima smo, uz klasu, naslanjajući se na Althusserov izraz, „nadodređeni” (*overdetermined*) (Hall 1996b). Noseći se s oskudnim resursima, pojedinac svoju svakodnevnicu živi kroz te razne slojeve vlastitog identiteta, on izvodi raznolike identifikacije kroz problematiku svojeg raznolikog i često kontradiktornog (ne)pripadanja društvu, odnosno promjenjive načine na koje je u nekoj sredini u nekom vremenu po nekom kriteriju društvena manjina i po nekoj oznaci ili identifikaciji većina. Postojana nevidljivost, marginalizacija, neravnopravnost i deprivacija pojedinih društvenih skupina može podržati izazivanje „reda” koji ih drži u neravnopravnosti. Nemiri raznih oblika tek povremeno poljuljaju društveni red koji uz nužnu reviziju onog što ubraja u „zdravorazumsko” preživljava (npr. kroz transformaciju kulturnih tvorbi poput pankerske supkulture i oznaka poput irokeze i psećih ogrlica kao izraza šoka u pacificiranu, kooptiranu oznaku urbanoga *cool* stila i dekorativnog dodatka u konvencionalnim robnim kućama) i održava se, u smislu Gramscijeva pojma, kao hegemonija („dogovorni pristanak” podređene većine na vladavinu manjine

kroz stalno „pregovaranje”, vidi Hebdige 2012). Podređene skupine i supkulture u tom procesu kroz simboličku borbu za vidljivost stvaraju i neka nova značenja (npr. stilove izraza) koja se upisuju u ukupno nasljeđe i specifičnost epohe.

Klasa je za Halla i dalje važna (vidimo to ne samo po klasnoj strukturi društvenih kontrasta obilja i deprivacije nego i u komunikacijskom smislu po statusnim oznakama, poput „zgražanja”, McRobbie 2005). No klasa više nije jedina relevantna, ona je određujuća, ali ne iscrpna; ona je, kao i drugi izvori značenja, „nedeterminirajuća determinacija”, ona intervenira „bez jamstava”: klasa je „determinacija bez zajamčenih zatvaranja” (Hall 1996a: 44). To, u praksi svakodnevnih medijskih publika, znači da medijskim reprezentacijama upravlja „strukturirano ideološko polje” gdje „mnogo više svjetova od onog ‘upravljačke klase’ mora biti selektivno predstavljeno i klasificirano u onome što je navodno medijska otvorenost i različitost” (Hall 1977: 341, 346). Mediji nam nude „dominantnu definiciju situacije” na način da je ujedno „pregovaraju i propituju drugi govornici i oni koji bi mogli pokušati redefinirati uvjete diskusije” (Morley 1981: 388). Slijedi da se „ne može zaključiti iz nečije klase, rase, spola, seksualne orijentacije i tako dalje, kako će ona ili on pročitati dati tekst (iako ti čimbenici ukazuju kojem kulturnom kodu ona ili on ima pristup). Također je pitanje kako se ona ili on osjeća i misli o životu u svojoj društvenoj situaciji” (Dyer 1977, u Morley 1992: 128). Tako su i dostupni značenjski sustavi u medijskoj komunikaciji (najčešći pojmovi kojima „zdravorazumski” imenujemo pojave): „dominantni”, ali ne i „determinirajući”; ... komunikacija je „strukturirana u dominaciji”, ali ne i „zatvorena” (Hall 1973/2006a: 134). U praksi, nijedan znak kojim se koristimo u komuniciranju (riječ, gesta, slika, zvuk ili njihovo kombiniranje u kodove ili još čvršće, kroz vrijeme, mitove) nije u odnosu na društvenu stvarnost posve fiksiran. To lako prepoznajemo po tome što rutinski susrećemo raznolika, konotativna značenja istih pojmova u različitim kontekstima. Istovremeno, „također je

ispravno tvrditi da bez nekog arbitrarnog ‘fiksiranja’ ili onog što zovem ‘artikulacijom’, ne bi bilo označavanja ili značenja uopće. Što je ideologija nego upravo taj rad fiksiranja značenja kroz uspostavljanje, selekcijom i kombinacijom, lanca ekvivalencija?” (Hall 1985: 93). Riječ je o prije spomenutu „orijentiru” koji nam mediji svakodnevno nude u kaotičnom svijetu, nudeći prepoznatljive pojmove za nove pojave.

Važnost skiciranog odnosa za našu temu medija i publika u svakodnevici jest što, u konačnici, dostupna ili dominantna značenja u medijskim sadržajima s jedne i interpretacija medija ili ponašanje s druge strane nisu povezana „nužno” nego „potencijalno”; ako i kad se povezanost dogodi, ona nije sigurno trajna (Hall 1989b). Slijedeći Althusserovo gledište da ideologija djeluje kroz čitavo društveno tkivo (a ne samo kao nadgradnja), Hall ističe kako su ideje u kojima se prepoznajemo, u kojima pronalazimo jezik kojim izražavamo sebe (pa i naoko najintimnije misli, umjetnički izraz i snove) i povezujemo se s drugima, *društvene*, a ne mentalne tvorbe (2006c). One su hijerarhijski strukturirane odnosno djelomično dostupne (neke više, neke manje) te postaju djelatnima svaki put (i jedino) kada su izražene, kada dođe do povezivanja, našeg identificiranja s nekim od ponuđenih diskurzivnih pozicija (ideja društva o tome tko smo) i materijalnih praksi kojima te pozicije potvrđujemo kao izraz sebstva u stvarnim uvjetima života. Identifikacija ili prepoznavanje sebstva s ograničenim značenjskim resursima u okolini niti je nužno niti nemoguće, a kad se dogodi, nastaje kroz spajanje ili „prošivni bod” između diskursa (ideja) i praksi (njihove izvedbe), odnosno, apstraktnije, između simboličkog i praktičnog/materijalnog (Hall 2006c: 362). Tako, prema Hallu, identitet nikad nije posve „statičan” niti „dovršen” (2006c). Dostupne ideje i stvarni uvjeti donekle su promjenjivi te ostaju „u dijaloškom odnosu” (1989b), omogućujući društvenu promjenu u donekle određujućim uvjetima određene „historijske” ili druge „tendencije” (Hall 1996b: 422). Odmičući se time i od Williamsa, kulturu Hall u konačnici vidi ne samo kao „način

života” nego „označavajuće prakse” (2013b: 105), ne samo kao „običnu” (svakodnevnu, pluralnu), nego i kao konstruiranu i pregovaranu: ona je „bojno polje” (Hall 2006b) u kojem se odvijaju temeljne borbe oko označavanja svijeta kao preduvjeta djelovanja i promjene.

Mediji prikazuju dominantno viđenje stvarnosti kao jedino moguće, a slabiji je interpretiraju iz vlastitog realiteta, stvarajući najčešće donekle drukčija i donekle poklapajuća značenja. Pridjev „donekle” učestalo koristim kako bih naglasio da je većinu vremena određeni niz pretpostavki među akterima dijeljen i jer nam to omogućuje ostanak u komunikaciji. Ostanak u odnosu i kontaktu ostvaruje se kroz različitost, a ne njezinu negaciju. Komunikacija je moguća sve dok dijelimo barem neke temeljne pretpostavke o realitetu koji nastanjujemo. Uzimanje u obzir ne samo iskaza publika nego i drugih, naoko vrlo raznovrsnih i nepovezanih elemenata (ideologija, gospodarskih trendova, geopolitičkih prevrata, novih kulturnih identiteta, praksi korištenja medija, itd.) u razumijevanju njihovih „kontradikcija” u nekom trenutku kao tzv. „čvorišta” (*conjunction/conjunctural analysis*) „nejasna” ishoda, ukazuje na moguće smjerove kretanja društva; ma kako beznadno sadašnjost izgledala, ona je uvijek donekle otvorena (Clarke 2014). Naime „kulturalni sukob je povijesni proces” (Duda 2002: 25) i popularna kultura je izraz raznolikosti glasova u društvu koji kroz nju pritom dobivaju vidljivost i relevantnost (Hall 2006b; Duda 2002: 25). Odjek spomenutoga ključnog mehanizma „nedeterminirajuće determinacije” osjeti se i u Mooresovu iscrpnom prikazu kulturalnog pristupa publikama medija, pogotovo kada na završnim stranicama svoje važne knjige iz 1993. ističe da će „izazov budućeg rada u ovom području”, biti „pronaći način kombiniranja uvida iz oba pristupa... prepoznavajući *kreativnosti* i *ograničenja* simultano na djelu [kod medijskih publika, ZK]... i držati ih u koherentnom konceptualnom okviru” (1993: 138, kurziv dodan). Jedan od ciljeva kulturalnih studija jest „omogućiti ljudima da razumiju što se događa, a posebno pružiti načine

razmišljanja, strategije za preživljavanje i resurse za otpor” (Hall 1990: 22). U ovoj poziciji zamjećuje se odjek poznatog Gramscijeva opisa ustrajnosti akademskog rada i društvenog angažmana u nesigurnim vremenima kao „pesimizam intelekta i optimizam volje” (Hall 2017b: 174).

Prije nego što u središnjem dijelu ove knjige pokažem dio ove perspektive u području svakodnevice, istaknimo da proučavanje publika iz specifične perspektive kulturalnih studija znači da se „istraživač... ne može ograničiti ‘samo’ na istraživanje publika... i vezanje njihovih aktivnosti na druge varijable poput (psiholoških) koristi (medija) ... učinaka (medija) i slično”, već će „također morati proučiti strukturne i kulturne procese kroz koje su publike stvorene” među kojima je središnji odnos „moći” (Ang 1996: 42). U tom smislu fokusiramo se, slijedeći Rogera Silverstonea (1999: 15), na „medijaciju”, „proces posredovanja” između nas i društva s obzirom na to da se i korištenje medija tiče medijski ili tehnološki posredovane komunikacije odnosno komunikacije na daljinu. Medijacija je poput „prevođenja” s obzirom na to da medijski sadržaji, kretanjem kroz razne kontekste stvaranja i korištenja, mijenjaju značenja, ali za razliku od prevoditelja, njihovi korisnici nisu nužno vjerni ili odani izvorniku niti previše zabrinuti za šire društvene posljedice razmijenjenih sadržaja (Silverstone 1999: 15). Medijski posredovanom komunikacijom „uključujemo se i isključujemo” ne samo iz jednog u drugi fizički ili društveni nego i „medijski” prostor i upravo je u „običnome svijetu djelovanje medija najznačajnije” (Silverstone 1999: 6). Postoji i slično zvučeći, a različit pojam „medijalizacije”, koji se odnosi na proces prožimanja i uzajamne transformacije medijskih i društvenih sustava, procedura i praksi (Couldry i Hepp 2017) koji ostaje izvan područja interesa pristupa ove knjige. Nailazimo i na neke neočekivane sličnosti imenovanja pojava u sukladnim pristupima. Kako u svojoj glasovitoj višedijelnoj studiji svakodnevice ističe Henri Lefebvre, svakodnevica je „intermedijalna” ili „posrednička” (*mediating*) razina „ljudskog života” (2002: 45). Pristup korištenju medija