

Damir J. Smiljanić
Univerzitet u Novom Sadu
Filozofski fakultet
Odsek za filozofiju

УДК 316.774:1
101.3

MEDIAL TURN – ALTERNATIVNO MIŠLJENJE ILI PROLAZNA MODA

Apstrakt: Poslednjih godina je u akademskim krugovima – posebno onim nemačkim – počeo da kruži govor o „medijalnom obrtu” (*medial turn*). Pod njime se podrazumeva zaokret od jezičko-pojmovne orijentacije u filozofiji ka široj medijskoj perspektivi. Mediji se uzimaju za one forme kroz koje se artikuliše ljudsko znanje i oblikuju međuljudski odnosi. Pojam medija služi kao šarka za povezivanje različitih disciplina kao što su filozofija kulture, filozofija tehnike, epistemologija, etika i estetika. Iz te vizure, filozofija medija poprima ulogu nove „prve filozofije”. Zadatak priloga je da promisli ulogu medija u preorijentisanju filozofske misli i preispita univerzalističke pretenzije filozofije medija.

Ključne reči: *medial turn*, mediji, instrumenti, smisao, filozofske discipline, filozofija medija, *prima philosophia*.

Zadatak ovog priloga je da u kratkim crtama skicira i preispita status *filozofije medija* u smislu fundamentalne discipline. Pri tome autor ima u vidu tendenciju koja se javlja početkom ovog veka u zapadnim akademskim krugovima (posebno onim nemačkim) – tendenciju koja se između ostalog prepoznaje u sve intenzivnijoj naučnoj produkciji u ovoj oblasti, sve učestalijim pokušajima institucionalizacije i umrežavanja ove discipline sa drugim – svojevrsan trend da filozofija medija ne bude samo jedna filozofska disciplina među drugim, nego u izvesnom smislu *iznad* svih ostalih. Da li to znači da je filozofija medija nova *prima philosophia* (da na neki način nasleđuje ono što je u tradiciji bila metafizika)? Da li je ona suvisla alternativa stereotipnom mišljenju u filozofiji ili samo neka vrsta intelektualne mode koja će poput svake mode biti kratkog veka?

Na početku valja napraviti jednu važnu distinkciju: onu između *šireg* i *užeg* smisla pojma filozofije medija. U širem smislu, filozofija medija je filozofija medija u *množini* – dakle, misli se na onu vrstu filozofskog mišljenja fokusiranu na pojedinačne medije (pismo, štampa, fotografija, film, radio, televizija, internet itd.), na istraživanje njihovih epistemoloških pretpostavki, ontoloških implikacija, etičkih konsekvenci i njihove uloge u određenoj kulturi. U užem smislu, filozofija medija je filozofija *medijalnosti*, fenomena koji nije ograničen na tehničke medije,

na način kako ovi prezentuju stvarnost (bez obzira na to da li ispravno ili ne) i način njihove recepcije – medijalnost je u neku ruku (hajdegerovskim rečnikom izraženo) *egzistencijal*, ona određuje naš odnos prema stvarima u svetu, kao i prema drugim ljudima. U poslednjem navedenom smislu, filozofija medija istražuje modus dejstvovanja koji leži u osnovi upotrebe bilo kog medija, od rukom napisanog pisma do elektronskog teksta, od fotografije do filma, od prenošenja usmenih glasina do poruka na smartfonu. Očigledno će fundamentalističke pretenzije filozofije medija biti povezane sa užim smislom, sa idejom univerzalnosti fenomena medijalnosti.

Glavni problemi pred kojima se nalazi fundamentalno koncipirani projekat filozofije medija tiču se određenja pojma medija, kritike medijalnog zaborava tradicionalne (akademske) filozofije i umrežavanja filozofske refleksije s metodskim pristupima u istorijski i sistematski orijentisanim specijalnim naukama o medijima. Ono što otežava konstituisanje jednoznačne filozofije medija (u smislu da je njena definicija institucionalno prihvaćena od svih strana u sporu što se vodi povodom određivanja njenih pravih zadataka – a to pokazuje već i refleksija značenja reči *medijum* u nazivu discipline) jeste zastupanje ekstremnih stavova – od negiranja samostalnosti filozofije medija do apsolutizovanja njenog značaja za celokupnu filozofsku misao.

Filozofija medija ne raspolaže jednoznačno određenim pojmom medija. Kao medij definišu se razne stvari, kako materijalne tako i nematerijalne, razna bića, kako živa tako i ona neživa. Navedimo ovde samo neke od primera: kod predokratovaca su to vazduh, voda; kod Mekluana (Marshall McLuhan) to su stolica, točak, ogledalo; kod Flisera (Vilém Flusser) školski razred, fudbal, čekaonica; kod Bodrijara (Jean Baudrillard) izborni sistem, generalni štrajk, ulica; kod Virilija (Paul Virilio) konj, kamila, slon; kod Kitlera (Friedrich Kittler) gramofon, film, mašina za kucanje; kod teoretičara sistema Parsonsa (Talcott Parsons) i Lumana (Niklas Luhmann) novac, moć i uticaj, odnosno umetnost, vera i ljubav. Kao poseban kuriozitet može se navesti primer flanelnog materijala koji se ranije koristio za izradu ženskih jakni,¹ a još bizarniji primer medija je onaj žabe (!) kod Štefana Rigerera (Stefan Rieger).² Naravno, ne smemo zaboraviti ni odgovarajuće glagolsko stanje u starogrčkom između aktiva i pasiva, kao ni osobu koja prilikom spiritističkih seansi posreduje između sveta svakodnevnog života i sveta duhova. Na izvestan način medijum može biti sve i svašta, a to sa sobom donosi problem gubitka distinkcije i proizvoljnost prilikom upotrebe tog pojma. Filozofija medija mora da se izбори s tim problemom ukoliko želi da bude ozbiljno shvaćena.

U sklopu daljih terminoloških refleksija trebalo bi napraviti razliku između *medija* i *instrumenata*. Naime, olako bi se diferencija između tih pojmova mogla obrisati ukoliko bi se mediji smatrali nekom vrstom instrumenata. Na taj način bi

1 Upor. razna značenja reči *medijum* u: Münker, Roesler 2008: 7–9.

2 Upor. Rieger 2008.

mediji bili podvedeni pod kategoriju instrumenata. Ali mediji nisu instrumenti – barem *ne samo* instrumenti. Ukoliko upotrebim čašu, kako bih popio neku osvežavajuću tečnost, onda čašu upotrebljavam kao instrument (u svrhu zadovoljenja jedne telesne potrebe). Ali ako istu tu čašu prislonim na vrata, kako bih mogao čuti šta neke osobe govore u zatvorenoj prostoriji, onda čaša postaje medijum za prisluškiivanje, pomoću nje recipiram neki smisao (smisao nekog tajnog razgovora itd.). Čini se da neki artefakti tako mogu imati kako instrumentalnu, tako i medijalnu upotrebu. Moguće je zamisliti i suprotnu situaciju: tako knjigu, koju čitam kako bih uživao u razotkrivanju nekog (fiktivnog) zločina, dakle neki kriminalistički roman, mogu upotrebiti u druge svrhe, npr. kako bih tom knjigom podmetnuo vrata ili udario nekog insekta. Ali za knjigu nije konstitutivno to da njome podmećem druge stvari ili rasterujem insekte, nego da čitajući (dakle, koristeći je na taj način) recipiram smisao jedne jezičko-misaone tvorevine kao što je radnja nekog romana ili priče. Ukratko, u upotrebu medija (ili medijalnu upotrebu neke stvari) uključen je *smisao*. Mediji služe posredovanju smisla i generisanju smislenih odnosa. Oni procesuiraju smisao – putem medija ga recipiramo ili čak produkujemo. Mediji doslovno *posreduju* smisao između dva ili više subjekata – kako to sama latinska reč sugeriše, oni se nalaze u *sredini*, ali takođe čine *treću* instancu koja upotpunjuje trijadički odnos (subjekt 1–medij–subjekt 2).³

Kategorija smisla imala je sama posredničku funkciju, naime ona se ponudila kao operativni pojam da se ublaži (možda i premosti) dualizam između metafizike i kritike metafizike. Pojam duha je posle dominacije nemačkog idealizma postao neupotrebljiv, štaviše, smatran je metafizičkim terminom *par excellence*. Pojam smisla je na neki način „odmenio” pojam duha. On je bio kompatibilan s tendencijama na polju formalnih disciplina kao što su logika ili semiotika, ali je isto tako mogao biti od koristi u onim strujama mišljenja koje su nastavile da promišljaju fenomene ljudskog postojanja na način blizak metafizičarima (npr. filozofija života, filozofija egzistencije, aksiologija itd.).

U filozofiji medija takođe se reflektuje u kojoj meri je u tradicionalnoj filozofiji (a mogli bismo tome dodati i dobar deo 20-vekovne filozofije) bio zastupljen pojam medija i da li je – i ako jeste, onda i ovde važi: u kojoj meri – promišljena upotreba (ili zloupotreba) medija,⁴ a naposletku da li i na koji način je filozofija tematizovala sopstvenu medijalnost (uključenost i umreženost u medijalne konstelacije). Noviji filozofi medija, posebno oni koji insistiraju na samostalnosti i fundamentalnosti ove discipline, polaze od *medijskog zaborava* okcidentalne filozofije. Kao primer bi se mogla navesti Platonova kritika pisma i knjige, Adornova

3 „Fokus te neinstrumentalističke perspektive sastoji se u tome da se skupa misle 'sredina', 'treće' i 'posrednik' i dopusti da se ti termini međusobno odrede” (Krämer 2008b: 82). – Napomena autora: sve citate s nemačkog je preveo autor (D. S.).

4 Ne sme se izgubiti iz vida da nisu mediji po sebi dobri i loši, nego da ih njihova upotreba čini takvim.

(Theodor W. Adorno) kritika televizije u dobu kapitalizma ili Bodrijarova kritika simulakruma proizvedenih i održavanih kroz digitalne i ostale medije. Umesto toga, neki drugi filozofi vide čak izvestan pozitivni i emancipatorni potencijal nekih (novih) medija (u odnosu na starije): ceo *lingvistički obrt* u filozofiji i nekim naukama nezamisliv je bez prevrednovanja jezika kao medija kroz koji se obrazuju, prenose i dalje razvijaju saznanja, tako da bi u izvesnom smislu tzv. *linguistic turn* mogao da se poima kao svojevrsan *medial turn*; Benjamin (Walter Benjamin) smatra da film doprinosi razvijanju i primeni novih perceptivnih i kognitivnih shema koje nisu mogle biti potencirane i razvijane putem starijih medija (npr. prilikom insceniranja nekog pozorišnog komada); kao posebno ekstreman primer pozitivne evaluacije jednog medija mogli bismo navesti Deridinu (Jacques Derrida) kritiku logocentrizma kao primata glasa nad pismom koja tako leži u osnovi jednog od najradikalnijih savremenih pokušaja samopreispitivanja filozofije (možda radikalnijeg i od Hajdegerovog (Martin Heidegger) projekta prevazilaženja metafizike). Dakle, preispitivanjem sopstvene medijalnosti, filozofiji su se otvorili novi horizonti kritičke samotematizacije.

Last but not least, filozofija medija može da preuzme ulogu posredovanja (što je opet jedna medijalna funkcija) između različitih diskurzivnih formi u kojima se tematizuju mediji, recimo između istorije tehnike, semiotike medija, više empirijski orijentisane nauke o medijima (npr. one sociologije medija koja istražuje javno mnjenje putem intervjuva ili statističkih podataka) i drugih formi. I ovde mogu da se suprotstave suprotna gledišta: jedno koje tvrdi da filozofija medija treba da ograniči svoje aktivnosti na plodno povezivanje s tim istorijskim, društveno-teorijskim i empirijskim, odnosno praktičkim disciplinama (to bi bio *interdisciplinarni* smisao filozofije medija, ili, što je isto: razvijanje smisla za interdisciplinarnost upravo kroz filozofiju medija) i kao drugo stanovište ono koje ide dotle da filozofija može (možda čak i mora) da preuzme funkciju *utemeljenja* svih ostalih singularnih diskursa o medijima. Kako god se postavili prema jednom i drugom stanovištu, ključno je da u oba slučaja filozofija medija, pored refleksije pojmovnih sredstava kojima se analiziraju efekti medija, ta filozofska disciplina mora da u sebe uključi i vrlo dobro poznavanje istorijskog konteksta u kojem se javljaju mediji (posebno oni novi, tehnički i digitalni), tehničke produkcije i reprodukcije medija i uticaja medija na generisanje i transformisanje (mada i konzerviranje) socijalne stvarnosti. Dobar primer jednog interdisciplinarno orijentisanog teoretičara medija je Pol Virilio koji u svojim lucidnim studijama integriše poznavanje (socijalne) istorije, znanje o tehničkim pretpostavkama funkcionisanja medija i vrlo bogatu kazuistiku upotrebe medija (brojni primeri kako mediji deluju u određenom socijalno-istorijskom periodu). Što se tiče one druge grupacije teoretičara medija s fundamentalističkim pretenzijama, već sam naveo Deridu, a u tu grupu bi spadali i sociolozi Parsons i Luman koji su u višestrukom pogledu inspirativni i za filozofsku refleksiju medija.

Ukoliko se u obzir uzmu novije publikacije o ovoj tematici, u nemačkom akademskom kontekstu sve je zastupljenija tendencija da se teorija medija i filozofija medija međusobno razgraniče. Tako Diter Merš (Dieter Mersch), jedan od „metateoretičara” medija, u svom uvodu u teoriju medija piše: „Filozofije medija nisu, međutim, tipične ’domenske filozofije’ kao što su filozofija umetnosti ili filozofija biologije, nego one se afirmišu kao ’fundamentalne filozofije’, što znači da su se mediji – u najširem smislu ’medijacije’, tehnika kulture ili dispozitivā – razvili u ključnu kategoriju samog filozofiranja i sad zauzimaju rang nečeg ’apriornog’, nečeg prethodećeg” (Mersch 2006: 131). Merš čak prepoznaje neku vrstu transcendentne pretpostavke od koje manje-više polaze sve filozofije medija: medijski *a priori* kao polazište. „Mediji’ zauzimaju nekada ranije privilegovano mesto znaka, simboličkog, smisla ili jezika – i umesto lingvističkog obrta (*linguistic turn*) trebalo bi govoriti o medijskom obrtu (*medial turn*) što otada dominira kulturološkim debatama” (Isto). Ima i onih koji tvrde da je filozofija oduvek bila filozofija medija, u smislu da promišlja elementarne medije što tek omogućuju složenije forme komunikacije – kao što je to slučaj u filozofskim teorijama gde glavnu ulogu imaju pojam, duh ili pismo (Platon, Hegel (Georg Wilhelm Friedrich Hegel), Derida). Iz te perspektive, izraz ’filozofija medija’ bio bi puki pleonazam, pošto je svaka filozofija medijalno ustrojena ili usmerena na medije.

Međutim, ima i skeptika koji smatraju da je forsiranje medija u filozofiji posledica uticaja raznih medijskih tehnologija (ili, što je isto: pojave novih tehničkih medija) na oblikovanje svakodnevnog života, ali i na organizaciju u oblasti nauke i drugih kulturnih sfera. Filozofija medija bi u tom smislu bila pomalo nestašno i nestalno dete današnjeg *Zeitgeist*-a. Pretenzije tako koncipirane filozofije medija su, prema tim skepticima, neosnovane i preterane. Pre ili kasnije zamreće sistematski interes za razvojem sveobuhvatne filozofije medija i on će na taj način deliti sudbinu svih apsolutističkih zahteva za važenjem – nestaće vremenom. Kako to kaže estetičar Martin Zêl (Martin Seel): „Filozofija medija je prolazna stvar, ali ipak jedna dobra stvar” (Seel 2003: 10). On je ne vidi kao *zasebnu* disciplinu, već samo kao „renovirajući poduhvat” bez pretenzija na dugotrajno dejstvo. Prema Zêlu, filozofija medija nema zaseban predmet istraživanja, nego je odlikuje *promenjen pogled* na stvari, pre svega na „medijalnost ljudskih odnosa, s posebnim osvrtom na tehničke komunikacione medije i njihovu munjevitu evoluciju” (Isto). Žalopojke eminentnih filozofa medija o navodnom „zaboravu medijalnosti” u okviru filozofije Zêl smatra više posledicom „zaborava povesnosti” njihove filozofije nego preterano originalnom idejom, jer već kod Platona, Vilhelma fon Humbolta (Wilhelm von Humboldt) i Hegela mogu se naći razmatranja o medijalnosti ljudske komunikacije i umetničkog stvaranja. Po njegovom mišljenju, zadatak filozofije medija bi bio da budi i produbljuje svest o tome da je svaka ljudska praksa *medijalna praksa*. Stoga ona ne treba da proširuje dovoljno široki raspon filozofskih disciplina, nego da obogati način samog filozofiranja.

Kao Zêlovom mišljenju suprotstavljen pokušaj prevrednovanja samostalnosti filozofije medija mogu se navesti nastojanja onih autora koji sebe smatraju filozofima medija – među njima i radovi Rajnharda Margrajtera (Reinhard Margreiter) koji u njima ukazuje na fundamentalnu dimenziju filozofije medija, pre svega u kontekstu zasnivanja diskursa kulturoloških nauka.⁵ On pojavu dinamizacije refleksije medija krajem XX i početkom XXI veka vidi kao produžetak tendencije moderne filozofije da se orijentiše ka *znakovima* i *simbolima* (*linguistic turn* je samo jedna varijanta te orijentacije) – Margrajter kao predstavnike takve orijentacije navodi Ernsta Kasirera (Ernst Cassirer), Suzen K. Langer (Susanne K. Langer), Nelsona Gudmena (Nelson Goodman) i Osvalda Švamera (Oswald Schwemmer). „Simbolički sistemi imaju kako značenjsku tako i čulno materijalnu stranu. Ukoliko se zasebno i izričito baci pogled na ovu poslednju, onda se simbolički sistemi mogu opisati kao *mediji* – i obrnuto” (Margreiter 2003: 170). On medije i filozofiju poima kao „ambigvitetnu figuru”: jedno nužno ukazuje na drugo. S takvom koncepcijom može se uskladiti fundamentalistička funkcija filozofije medija, ali Margrajter ne želi da je tumači na taj način da pod nju treba podvesti sve ostale ili većinu drugih disciplina, nego ona pre treba da bude izraz jednog stalnog ispitivanja i preispitivanja aspekata ljudskog znanja čime se ono koriguje i dalje problematizuje. U sličnom smislu fundamentalističku orijentaciju novije filozofije medija (ne kao sveobuhvatnu, već kao sveprožimajuću disciplinu⁶) poimaju Matijas Fogel (Matthias Vogel), koji teoriju medija pokušava primeniti na koncepciju racionalnosti i time prevazići suviše jednostranu jezičku orijentaciju analitičke filozofije duha,⁷ odnosno Majk Zandbote (Mike Sandbothe), čija nastojanja idu u pravcu razvoja jedne *pragmatički* orijentisane filozofije medija.⁸

Korak dalje od Zandbotea, Fogela i Margrajtera ide Zibile Kremer (Sybille Krämer) koja se ne zadovoljava perspektivom filozofije medija kao ključne filozofske discipline, nego koja želi da, uzimajući u obzir temeljnost te discipline, razvije koncepciju jedne *metafizike medijalnosti*.⁹ Ova autorka u tom kontekstu razvija tezu o *heteronomiji* medija (uvek postoji nešto spoljašnje, strano što ih determiniše). Mediji u izvesnom smislu nestaju za vreme njihove aktualizacije – taj princip Kremerova naziva *artikulacija stranog putem samoneutralizacije* (Krämer 2008a: 83). Otuda se funkcija *prenošenja* kao jedna od ključnih funkcija medija

5 Vidi npr. Margreiter (2016), posebno interesantno: str. 243–273 (o konceptima i zadacima filozofije medija).

6 Kako Margrajter kaže: „Ona je ‘prima philosophia’ – međutim ne u bazalnom, aristotelovskom smislu, nego u jednom interdiskurzivnom ili, kako bi se reklo, u transverzalnom smislu” (Margreiter 2016: 170).

7 Fogel to čini u svom glavnom sistematskom delu: upor. Vogel (2001).

8 Glavna referenca je ovde njegova monografija: Sandbothe (2001).

9 Upor. njenu važnu publikaciju iz 2008. godine: Krämer (2008a).

може одредити као „činjenje opažljivim nečег neopažljivog”¹⁰. На примеру *traga* може да се реконструише та мисаона фигура која карактерише употребу медија. „Trag не показује свог одашилјаоца, него управо његову измакнутост; дакле, не појављује се оно одсутно, него његово *odsustvo*” (Исто: 89). У метафизичкој традицији, епистемологизација трага не фунгира као медијум позитивног стичања знања, него као негативно истацање граница сазнања и приказивања. Trag овде није пук знак – он указује на радикалну диференцију и недокучиву другост (Kremerova своју епистемологију медија/traga развија на трагу (sic!) Деридине критике теорије знака као нечег презентног и Levinasове (Emmanuel Levinas) феноменологије Другог). Метафизика медијалности тако има негативан „предзнак”. Пројекат филозофије медија као консекуенце има: (1) тематизацију материјалних (несмислених) услова настања смисла, употребе знакова и интерпретације, (2) неодвојивост „правила” (односно система, sheme, forme) од „примене правила” (односно реализације, актуализације, инстанцирања) у недualној онтологији, (3) алтернативну представу о деланју, где деланје није једноставно стварање *ex nihilo*, већ употреба нечегга што сами нисмо произвели, а што ипак током те употребе можемо менјати и на други начин конципирати.¹¹

Поглед на академску сцену у немачком говорном подручју нам показује тенденцију да се све више пажње посвећује темата интересантним за филозофију медија, а ова се све више конституише као засебна дисциплина у академским круговима и постаје тема различитих истраживачких програма. У том контексту јасно се могу препознати назнаке да се филозофија медија одреди насрам других, већ етaблираних дисциплина које чине канон проучавања филозофије.¹² Наравно, не проучавају се у филозофији све дисциплине с подједнаким интензитетом – више се обрађују логика, етика и естетика од филозофије вештачке интелигенције, филозофије права или филозофије историје. Чак и метафизика, дуго оспоравана у филозофији XX века, дуже се проучава и одржава од многих дисциплина изниклих у новијем периоду. Шта онда очекивати од једне новоформиране дисциплине као што је филозофија медија? Да ли ће она моћи да се етaблира као дискурс који подмирује трајни интерес, а не само „интерес дана”? Има оних који ће рећи да је то једна лабавна мисаона конструкција која ће временом или потпуно нестати или до те мере ослабити док се не изгуби или макар асимилује у неком другом дисциплинарном контексту (можда ће она да се инкорпорира у културолошке студије (*Cultural Studies*) или у неки други интердисциплинарни корпус). А видели смо да има и оних мислilaca који сматрају да ће она да постане једна од главних покретачких снага „post-postmodernog” филозофског дискурса, тако рећи његова киџма. Зато се и поставља питање да ли тако (fundamentalno)

10 Vidi isto, str. 84.

11 Упор. шта о овим консекуенцама у свом програмском чланку каже ауторка Krämer (2003), посебно на стр. 88–90.

12 Један добар пример locирања филозофске рефлексije медија у појединачним тематским контекстима даје зборник Sandbothe, Nagl (2005).

koncipirana filozofija medija može da postane nova *prima philosophia* – ili pak, naprotiv, čitava predmoderna filozofija može da se poima kao neki vid nerazrađene, implicitne filozofije medija, tako da bi filozofija medija mogla da se shvati kao neka *philosophia perennis*?

Svoj prilog ću završiti preformulacijom pitanja koje sam postavio u njegovom podnaslovu. Mislim da onaj odgovor koji se identifikuje s jasno iskazanim DA ili pak NE prema fundamentalnoj funkciji filozofije medija promašuje ili bar simplifikuje stvar. Umesto na isključivosti, trebalo bi insistirati na *integrativnosti* prilikom rešavanja ove dileme. Naravno, to deluje kao solomonsko rešenje – a nekima će delovati više kao izgovor za izbegavanje rešavanja dileme. Međutim, najteže je integrativno razmišljati jer to zahteva *samokritičan* stav prema sopstvenim teoretskim dispozicijama i pozicijama. A jasno je da je uvek lakše kritikovati druge nego sebe. U svakom slučaju, filozofija medija će u pravom smislu postati izraz alternativnog mišljenja tek onda kada prepozna i otkloni (ili makar ublaži) sopstvene slabe tačke (terminološke, methodske i druge deficite), a tako će ujedno izbeći da ostane zapamćena kao kratkotrajna intelektualna moda na prelazu iz XX u XXI vek.

LITERATURA

Krämer (2003): Sybille Krämer, Erfüllen Medien eine Konstitutionsleistung?, *Thesen über die Rolle medientheoretischer Erwägungen beim Philosophieren*, 78–90.

Krämer (2008a): Sybille Krämer, *Medium, Bote, Übertragung. Kleine Metaphysik der Medialität*, Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.

Krämer (2008b): Sybille Krämer, Medien, Boten, Spuren, *Wenig mehr als ein Literaturbericht*, 65–90.

Margreiter (2003): Reinhard Margreiter, Medien/Philosophie: ein Kippbild, in: Münker, Roesler, Sandbothe (Hgg.), *Medienphilosophie: Beiträge zur Klärung eines Begriffs*, Frankfurt am Main: Fischer, 150–171.

Margreiter (2016): Reinhard Margreiter, *Medienphilosophie. Eine Einführung*, 2. erweiterte und verbesserte Auflage, Würzburg: Verlag Königshausen & Neumann.

Mersch (2006): Dieter Mersch, *Medientheorien zur Einführung*, Hamburg: Junius Verlag.

Münker, Roesler, Sandbothe (2003): Stefan Münker, Alexander Roesler, Mike Sandbothe (Hrsg.), *Medienphilosophie. Beiträge zur Klärung eines Begriffs*, Frankfurt a. M.: Fischer Taschenbuch Verlag.

Münker, Roesler (2008): Stefan Münker, Alexander Roesler (Hrsg.), *Was ist ein Medium?*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp Verlag.

Rieger (2008): Stefan Rieger, Der Frosch – ein Medium?, in: Münker, Roesler, *Was ist ein Medium?*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp Verlag, 285–303.

Sandbothe (2001): Mike Sandbothe, *Pragmatische Medienphilosophie. Grundlegung einer neuen Disziplin im Zeitalter des Internet*, Weilerswist: Velbrück Wissenschaft.

Sandbothe, Nagl (2005): Mike Sandbothe, Ludwig Nagl (Hrsg.), *Systematische Medienphilosophie, Deutsche Zeitschrift für Philosophie*, Sonderband 7, Berlin: Akademie Verlag.

Seel (2003): Martin Seel, Eine vorübergehende Sache, in: Münker, Roesler, Sandbothe (Hrsg.), *Medienphilosophie. Beiträge zur Klärung eines Begriffs*, Frankfurt a. M.: Fischer Taschenbuch Verlag, 10–15.

Vogel (2001): Matthias Vogel, *Medien der Vernunft. Eine Theorie des Geistes und der Rationalität auf Grundlage einer Theorie der Medien*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp Verlag.

Damir J. Smiljanić
Universität in Novi Sad
Fakultät der Philosophie
Lehrstuhl für Philosophie

MEDIAL TURN – ALTERNATIVES DENKEN ODER VERGÄNGLICHE MODE?

Zusammenfassung: In den letzten Jahren kursiert in den akademischen Kreisen – vor allem den deutschen – die Rede von einem *medial turn*. Darunter wird eine Umkehr von der sprachlich-begrifflichen Orientierung in der Philosophie zur umfassenderen medialen Perspektive verstanden. Medien werden für jene Formen gehalten, durch welche menschliches Wissen artikuliert und zwischenmenschliche Beziehungen gestaltet werden. Der Medienbegriff dient als Schaltstelle zwischen verschiedenen Disziplinen wie Kulturphilosophie, Technikphilosophie, Erkenntnistheorie, Ethik und Ästhetik. Aus dieser Sicht bekommt die Medienphilosophie die Rolle einer neuen „prima philosophia“. Das Anliegen des Beitrags ist es, die Rolle der Medien in der Umorientierung des philosophischen Denkens zu reflektieren und den Universalitätsanspruch der zeitgenössischen Medienphilosophie zu überprüfen.

Schlüsselwörter: *medial turn*, Medien, Instrumente, Sinn, philosophische Disziplinen, Medienphilosophie, *prima philosophia*.