

Mustafa Sefo

Fakultet političkih nauka Univerziteta u Sarajevu
Odsjek komunikologije/žurnalistike
Bosna i Hercegovina
mustafa.sefo@fpn.unsa.ba

Jezik, komunikacija i mediji

Sažetak

Jezik je sistem koji omogućava ljudima komunikaciju. U namjeri da potiče razmjenu informacija među pojedincima, jezik ima dvostruku funkciju – komunikaciju među ljudima i simbolizaciju ideje znakom. Naša civilizacija je proizvod jezika, usmenog i pisanog govora. Pojava slikovnih medija, poput fotografije, kina, televizije, videa ili stripa, riskira prevrtanje krhke ravnoteže uspostavljene verbalizacijom između instinktivnog i racionalnog. Slika izaziva, ali ništa ne produbljuje. Izgovorena riječ strukturira iskustvo, omogućava subjektu da se distancira od njega kako bi ga integrirao, probavio i stekao. Govor, odnosno artikulirani izraz misli riječima, glavni je element jezika. Jezik je individualiziran, utjelovljen, stavljen u danu situaciju. Donekle je izgubljena iz vida bitna civilizacijska uloga govora kada je počeo puhati vjetar masovne tehnologije. Sa slikama koje definiraju novi jezik, tehnike su dale nova sredstva. Napori medijskih stručnjaka stoga su mnogo više fokusirani na istraživanje tehničkih aspekata i novih mogućnosti koje nudi tehnologija, nego na artikulaciju pratećeg diskursa. Već spomenuta McLuhanova izreka „Medij je poruka“ potisnula je važnost govora. Fenomen je, osim toga, univerzalan: Strogost artikulacije verbalnog diskursa posvuda opada.

Ključne riječi: jezik, komunikacija, mediji, filozofija.

Teorija komunikacije i društvena teorija

Komunikacija je glavno naučno i političko pitanje 21. stoljeća. Trijumf tehnologije, spajanjem ljudi i društava, zahtijeva ogroman napor i znanje jer ovo zbližavanje, čineći vidljivije kulturne, društvene i vjerske razlike, povećava poteškoće u međusobnom razumijevanju. Kraj geografskih udaljenosti naglašava težinu kulturoloških razlika, dakle, potrebu za istinskom željom da toleriramo jedni druge. Ovaj preokret u redoslijedu važnosti, između kraja geografskih udaljenosti i rasta kulturnih udaljenosti, također je jezično i političko pitanje jer informacije i komunikacija nisu samo tehnički procesi, nego i temeljne vrijednosti društva individualne i kolektivne emancipacije od 18. vijeka. Oni su, na primjer, u srcu trenutnog zapadnog modela koji se naziva „masovnim individualističkim društvom“ i koji mora istovremeno upravljati s dvama kontradiktornim naslijeđima naše političke filozofije: slobodom 18. stoljeća i jednakošću 19. stoljeća. Informacije i komunikacija su stoga, zajedno s ekonomskim pitanjima, i središnje vrijednosti modernog doba i predmet tehničkog napretka. Kakav odnos danas ostaje između postulata o međusobnom razumijevanju i strašne reorganizacije kapitalističke ekonomije pod nazivom „informacijsko društvo“?

Komunikacijom trebamo obuhvatiti i razumjeti sljedeće fenomene: interpersonalnu komunikaciju, komunikaciju posredovanu klasičnim ili novim tehnikama, političku komunikaciju, interkulturalnu komunikaciju, ali i modele organizacije društva kroz vrijednosti, simbole i reprezentacije. Odnosno, to je ono što pojedincima i zajednicama omogućava da se predstavljaju, stupaju u međusobne odnose i djeluju na svijet.

Odnos svakog od nas prema svijetu odigrava se komunikacijom. Zato nema društva bez komunikacije, posebno u demokratskom modelu koji uspostavlja princip slobode i ravnopravnosti svojih subjekata u međusobnim odnosima. Komunikacija stoga postaje horizont svakog demokratskog društva s potrebom da se riješe ovi kontradiktorni ciljevi: osiguravanje komunikacije između slobodnih pojedinaca i preuzimanje težnje za jednakošću koja je horizont demokratskih društava, također, osiguravanje minimuma suradnje uz poštovanje kulturnih i političkih razlika unutar međunarodne zajednice u vrijeme kada najveće svjetske industrije, industrije komunikacija, vide zemlju kao jedinstveno tržište.

Između vrijednosti komunikacije, tehnika komunikacije i ekonomije komunikacije sve se miješa i prepliće, pogotovo zato što se čini da između vrijednosti komunikacije i ekonomije tehnike „prirodno“ stvaraju vezu. Od telefona do radija, od televizije do interneta, oni utjelovljuju dvostruki ideal slobode i jednakosti informacija i komunikacije. Čini se da je tehnologija postala naoružano krilo zapadnog demokratskog ideala, čak i ako su ove tehnike istovremeno neodvojive od globalnog rasta. Kada govorimo o globalnom selu, je li to ideal komunikacije na globalnom nivou ili infrastruktura prve industrije na svijetu, industrije informacija i komunikacija? Je li informacijsko društvo ideal demokratskog društva na globalnom nivou ili ideološka maska globalne informacijske ekonomije? Drugim riječima, sveprisutnost informacija i komunikacija na globalnom nivou nisu dovoljne da osiguraju pravedno, egalitarno i komunikativno društvo. E-sloboda je velika podrška e-poslovanju,

a glavne globalne komunikacijske grupe moraju biti prve koje će pohvaliti zasluge e-demokracije ili e-obuke od kojih će, osim toga, biti glavni ekonomski korisnici. U potpunoj smo konfuziji. Rastući savez između ideala komunikacije, performansi tehnika i realnosti ekonomije zahtijeva ogroman rad znanja kako bi se razlikovali problemi i stvorilo znanje.

Upravo taj dvojni status komunikacije, i temeljne vrijednosti i uloge kao instrumenta ekonomskog rasta, čini je jednim od najvećih izazova budućnosti. Potreban je temeljni kritički rad da se u ovom toku tehnika, diskursa, usluga, ideologija odvoji ono što se odnosi na ideal komunikacije i međusobnog razumijevanja od onoga što se odnosi na realnost nove etape historije ekonomije – ekonomije informacija. Pitanje znanosti i znanja je čak i ispred političkog, jer znanje pomaže da se napravi razlika između govora i obećanja.

Kojim alatom se treba koristiti za ovo sortiranje? Možda najjednostavnijim, onim koji dolazi iz etimologije. Komunikacija ima dva značenja: Prvo, povezuje komunikaciju i dijeljenje, razumijevanje i poštovanje drugih. To je ideal komunikacije na individualnom ili kolektivnom nivou. Normativna dimenzija služi kao referenca kako u smislu intersubjektivne komunikacije tako i u smislu tehnika ili društava. Drugo, novije, pojačano komunikacijskim tehnikama od kojih je prva tiskarstvo, naglašava ideju prenošenja. Ono djeluje uz odavno istinitu hipotezu da što je više informacija, više je komunikacije. Danas nas sveprisutnost tehnika i obim tokova informacija tjeraju da shvatimo da više nije dovoljno širiti veliku količinu informacija, pa čak ni osigurati interakciju kako bi se povećala komunikacija između pojedinaca ili zajednica. Ova druga dimenzija, koja se naziva funkcionalnom, očito naglašava performanse, bez nužnog osiguranja međusobnog razumijevanja.

Širenje velike količine informacija i organiziranje njihove interakcije više ne znači komuniciranje. Komunikacija se susreće s tehnikom, čak i tehničkom ideologijom, koja brka performanse i ljudsku i društvenu komunikaciju. Tehnicizam je jednostavna ideja koju prenose informacijske i komunikacijske industrije, prema kojoj vrijedi da što su pojedinci i društva više „opremljeni“, to je osigurana normativnija komunikacija. Tehnicizam se jednostavno sastoji od uspostavljanja kontinuiteta između tehničkog sistema i društvene stvarnosti. Zato svako teorijsko razmišljanje o komunikaciji danas uključuje kritičko promišljanje tehnika, ne da bi se kritizirala njihova uloga, već da bi se njihovo mjesto stavilo u perspektivu. Drugim riječima, potrebno je socijalizirati tehnologiju kako bi se izbjegla tehnicizacija društva. Ovaj pristup se također povezuje s tradicijom filozofije i historijom znanosti i tehnologije koje su uvijek insistirale na diskontinuitetu između tehničkog sistema i društva. Svakako, tehnika utječe na društvo, ali u složenoj interaktivnosti uloga kulturnih i društvenih modela često je barem jednako jaka. Ta uloga kulturnih i društvenih modela još je veća kada su u pitanju komunikacijske tehnike.

Možda je moguće da prvi medijsko-teorijski aksiom glasi da nema medija koji ima supstancijalno historijski stabilan kôd. Masmediji nisu samo reprezentanti određenih formi kao teatar ili film. Nisu samo ni tehnika kao tiskarstvo ili slikarstvo. Materijalni nosioci simboličkih sistema ili tehnike distribucije nisu dovoljni da se shvati pojam medija u cijelosti. Traži li se

novo pozicioniranje medijskih teorija u nekom zajedničkom horizontu, moraju se postaviti i novi uvjeti novog razumijevanja svijeta u svijetu koji je nerazumljiv.²²

Normativna ili funkcionalna komunikacija: podijeliti ili prenijeti?

Znanstveni izazov komunikacije sastoji se od razlikovanja normativnog od funkcionalnog u svakoj komunikacijskoj aktivnosti te socijalizacije tehnika kako bi se izbjeglo tehniciranje komunikacije.

Družiti se, znači vidjeti vezu koja u svakoj eri postoji između društvenog i kulturnog modela komunikacije i tehničkih sistema. Radeći ovaj posao možemo svaki put komunikacijska pitanja postaviti u odnosu na dominantne društvene, političke i kulturne modele. Štoviše, u tom pogledu se ne treba suprotstavljati ljudskoj komunikaciji koja bi bila normativna i tehničkoj koja bi bila funkcionalna.

Ne može postojati toliko normativne komunikacije kroz tehnologiju kao što su tisak, knjižare, radio i televizija odavno dokazali; ne može postojati funkcionalna komunikacija u direktnim ljudskim odnosima kao što vidimo u mnogim društvenim situacijama poslovanja, porodice ili života, u gradu ili na selu. Opozicija, koja je fundamentalna za održavanje u svakoj eri, između normativnog i funkcionalnog ne preklapa se nužno s opozicijom između ljudske komunikacije i tehničke komunikacije.

Glavne komunikacijske tehnike dobile su svoje značenje samo zato što su rezonirale s kulturnim i društvenim projektom komunikacije. Upravo ta veza između tehničkog sistema i modela komunikacije čini interes razmišljanja o komunikaciji već tri vijeka. Sva promišljanja o idealu komunikacije od 17. stoljeća, vezana za slobodu savjesti, zatim za slobodu pojedinca, za političku slobodu i na kraju za ideju jednakosti, bila su praćena borbom oko značenja koje treba dati tehnički komunikacijski sistem. Drugim riječima, ako su komunikacijske tehnike odigrale bitnu ulogu u tisku i telefonu, zatim radiju i televiziji, to je zato što su svaki put bile ubačene u jedno od poglavlja ove duge kulturne i političke bitke komunikacija.

Tisak je neodvojiv od modela liberalne demokracije, kao što su radio i televizija od masovne. Izazov trenutnih komunikacijskih tehnika je znati kako se one uklapaju u dvojni ideal naših suvremenih društava, „masovno individualističko društvo“ sa svojim dvostrukim referencama na slobodu pojedinca i društvenu jednakost. Svaka od postojećih tehnika je manje-više primjerena jednoj od dviju skala komunikacije. I cijeli je interes i poteškoća interneta, odlučujućeg tehničkog napretka, da se zna pomiče li on ovaj problem veze između ovih dviju skala komunikacije ili ne.

Internet za sada više pojačava mogućnosti individualne komunikacije, nego što donosi promjenu u odnosu na drugu dimenziju komunikacije bolje podržanu od strane radija i televizije, a koja je povezana s modelom masovne demokracije, tj. upravljanjem društvenom i kulturnom heterogenošću.

²² Kečo-Isaković, E. (2006) *Izazovi mas-medija*. Sarajevo: DES, 68.

Sa stanovišta teorije komunikacije, tehnički sistem interneta trenutno ne predstavlja nadilaženje aktualnog problema komunikacije: povezivanja pojedinaca na osnovi zajedničkog interesa, a ipak osigurava minimuma društvene kohezije.

Nada demokratske teorije komunikacije jest omogućiti u isto vrijeme intersubjektivnu i društvenu komunikaciju. Zbog toga izazov komunikacije znači manje upravljanje sličnostima, nego upravljanje razlikama, manje okupljanje pojedinaca i zajednica koji imaju zajedničke interese, nego sposobnost organiziranja kohabitacije između heterogenih zajednica i društava, manje performanse alata, nego filozofije komunikacije koja je u njihovoj osnovi. Ljudi su ti koji konstruiraju komunikacijske modele koji se prvo nalaze u njihovim glavama, a zatim u alatima. Osim toga, historija tehnika, uključujući komunikaciju, puna je alata koji u konačnici nikada nisu imali trajni društveni život, jednostavno zato što nisu odgovarali društvenom i kulturnom pitanju.

Podsjećanje na prevagu kulturne i društvene dimenzije u komunikaciji je fundamentalno, naročito danas kada tehnički napredak, značajan u ovom sektoru, može dovesti do vjerovanja da je tehnička izvedba izvor mutacije kulturnih modela komunikacije. Tehnike očito imaju stvarni utjecaj na kulturne modele kao i na društvenu organizaciju komunikacije, ali po redosljedu analize nisu primarne. Ili bolje rečeno, u tehničkoj interakciji, kulturi, društvu, komunikaciji, kulturni modeli su ti koji igraju bitnu ulogu. To su komunikacijske utopije koje daju smisao alatima, čak i ako oni, kroz promjene koje izazivaju, očito imaju utjecaj na kulturne i društvene modele komunikacije.

Komunikacijske znanosti između tehnologije i politike

Kao što smo shvatili u smislu teorije komunikacije, pitanje je njena veza s političkom teorijom. Ova veza se radikalno razlikuje zavisno o tome hoćemo li se na kraju opredijeliti za humanističku filozofiju komunikacije ili tehničku filozofiju. Danas sve gura da prevlada drugo. Tu se u konačnici povezuju pitanja znanja i politike koja se tiču refleksije statusa komunikacije u našim društvima, refleksije koja je za nešto više od pola vijeka rodila komunikacijske znanosti.

Ne postoji samo jedna znanost koja može obuhvatiti komunikaciju, budući da komunikacija uključuje nekoliko disciplina. Komunikacija je predmet interdisciplinarnog znanja, na razmeđu tradicionalnih disciplina i novijih znanja vezanih za širenje komunikacije i istoimenih tehnika. Strukturira ju otprilike deset disciplina: filozofija, antropologija, sociologija, politologija, lingvistika, pravo, ekonomija, historija, psihologija i geografija.

Nekoć mnogobrojne vizije s područja komunikacija postale su u kratkom vremenu realnost te su promijenile čitav život suvremenog čovjeka i, naravno, promijenile su odnose unutar svijeta komunikacija. Konsekvenca za to je da su masmediji postali predmetom mnogih znanosti, ali su i sami postali vrlo značajna znanstvena disciplina da danas nitko ne postavlja više pitanje je li komunikologija znanost ili samo dio neke od znanstvenih disciplina (sociologije, filozofije, psihologije, ekonomije...).²³

23 Isto, 9.

Štoviše, dokaz da se ovo polje još uvijek bori da bude legitimno, može se vidjeti u činjenici da historija istraživanja komunikacije u Evropi nije precizno datirana, ali možemo razlikovati četiri faze:

Prva faza traje do 1960-ih godina. Uglavnom je posvećena proučavanju pisanog tiska oko nekoliko univerzitetskih centara, kao što je French Press Institute u Parizu, najstariji univerzitetski istraživački centar za komunikaciju, osnovan 1938. Radio, nažalost, nije predmet velike teorijske radoznalosti. Komunikacija, iako je glavni sastojak modernosti, izostaje u ovom preispitivanju oblika poslijeratnog društva, osim nekih radova na oglašavanju u nastajanju. Studije književnosti to ignoriraju, a i lingvistika također.

Druga faza obuhvaća period od 1960-ih do 1975. To je pravi početak studija, ne o komunikaciji, koja nije od interesa, već uglavnom o medijima. Akademici su istraživanja usmjerili prema anglosaksonskim zemljama. Ovdje je potrebno navesti imena G. Friedmanna, J. Cazeneuvea, E. Morina, R. Barthesa, O. Burgelina i Paul-Henri Chombarta de Lauwea. G. Friedmann, koji je već intenzivno radio na razvoju industrijske sociologije, uveo je američku tradiciju istraživanja masovnih medija. Većina današnjih pitanja o utjecaju medija, komunikacijskom društvu, problemu kulturnog nivoa, elitnoj kulturi, kraju knjige, američkoj ideologiji, imidžu, već se tada postavlja. Čak je i problem recepcije poruke iz medija i javnosti već prisutan. S druge strane, radio u virtualnoj intelektualnoj indiferentnosti doživljava svoj vrhunac.

Treća faza je smještena u narednu deceniju (1975–1985) i definira mučno pitanje utjecaja medija. Frankfurtska škola trijumfira s amblematskim likovima H. Marcusea i T. Adorna. Na ekonomskom planu, teze o američkom kulturnom imperijalizmu definitivno potvrđuju činjenicu da mediji pripadaju „ideološkim aparatima“. Debata, strastvena, nasilna, obilježena lošom namjerom s obje strane, „oko novog svjetskog informacionog poretka“ odvija se, na osnovi izvještaja Mac Bridea (1980), preko UNESCO-a. Informacija, više od komunikacije, već trideset godina ilustrira jedan od bitnih oblika stvarne neravnoteže. Istovremeno se pojavljuje još jedan diskurs vezan za nove komunikacijske tehnike. Ovdje je sve pozitivno. Mnogo se očekuje od obećanja kablovske televizije u Kanadi i Sjedinjenim Američkim Državama, koja bi trebala omogućiti ispravljanje štete prouzrokovane masovnom televizijom. Izgledi za individualizaciju kablovskom televizijom, a zatim i računarstvom, potvrđuju otvaranje još jedne historije komunikacije.

Paradoksalno, ove inovacije, neodvojive od industrijske logike, hvale se onoliko koliko se osuđuje masovna televizija. Nalazimo stari sukob između privlačnosti individualne logike i nepovjerenja u kolektiv. U to vrijeme je, nesumnjivo, rođena tehnička ideologija vezana za individualizirane usluge. Zaboravljeni interesi, ekonomska logika, kulturni modeli, otuđenost, sve postaje „besplatno“ zahvaljujući novim tehnikama. Danas, nekoliko decenija kasnije, nalazimo iste argumente s informacionim putovima, internetom, elektronskom demokracijom, tele-obrazovanjem.

Četvrta faza počinje od 1985. godine- To je period intelektualnog otvaranja. U oblasti istraživanja svjedočimo određenom zbližavanju suprotstavljenih pozicija. Zagovornici kritičkog pristupa marksističkog tipa postepeno prepoznaju da je javnost inteligentnija nego što se čini te da usprkos

kulturnoj i ideološkoj dominaciji mediji nemaju toliko straha od utjecaja. Javnost je naučila da se „igra“ s medijima. Rad na historiji tiska, telefona, radija i televizije podržava promjenu stava, u tom smislu da u svakoj eri naglašava postojanje relativne autonomije društvenih i kulturnih ponašanja u odnosu na ove tehnike. Ponovo otkrivamo važnost sociokulturnog konteksta simboliziranog kulturološkim studijama koje stavljaju veći naglasak na interakciju između tehnika, modela i kulturnih identiteta. Nasuprot tome, zagovornici kritičkog empirijskog pristupa, za koje su događaji poprilično pokazali da su u pravu, dužni su priznati da izvanredna ekspanzija komunikacijskih industrija zamagljuje razumijevanje odnosa između komunikacije i društva.

Politička filozofija, konačno pronalazeći interes za pluralističku demokraciju, otkriva koncepte javnog prostora i problem argumentacije, dakle, pitanje međusobnog razumijevanja. Konačno smo shvatili da to nisu samo poruke i savjeti. Osim toga, postoje pojedinci i kompanije koji grade veoma komplicirane burze. Ukratko, komunikacija polako postaje „vrijedno“ teorijsko pitanje. Intelektualci polako shvaćaju da postoje primaoci koji igraju centralnu ulogu i da što je više poruka, to više filtriraju i igraju aktivnu ulogu, daleko od „pasivnosti“ o kojoj smo dugo pričali. Vrlo sporo, presporo s obzirom na politička pitanja, komunikacija počinje postajati suštinsko teorijsko i praktično pitanje.

U stvarnosti se za trideset godina polje istraživanja diverzificiralo. Prva dva pristupa su svrgnula empiričare nasuprot kritičara zbog divergentne analize mjesta komunikacije u društvu i kritičkog kapaciteta pojedinaca. Prvi hipostazira nove tehnike, a drugi je oprezan u komunikacijskim problemima, dok posljednja dva nailaze na vrlo povoljan odgovor među kulturnim elitama.

Komunikacija je teorijsko raskršće. Vidjeli smo da je izgrađena na raskršću desetak disciplina, što objašnjava određene intelektualne teškoće u konceptualizaciji. Stvaranjem teoretskih alata, koncepata, na primjer oko javnog prostora, političke komunikacije, argumentacije, javnog mnijenja, recepcije, upotrebe, interakcionizma, interkulturalne komunikacije i sl., uspjeh ćemo izbjeći ovu „tiraniju komunikacije“. Jučerašnji protivnici komunikacije u suštini su bili marksisti koji su vodili dvostruku borbu: ideološku, protiv mehanizama dominacije na djelu u međunarodnoj audiovizualnoj komunikaciji i ekonomsku, da osude težinu kulturnih industrija.

Danas je dominantna struja drugačija. To je tehnička ideologija, ideologija industrije, koja hvali „informatičko-komunikacijsko društvo“ koje bi nastalo poslije televizije i kompjutera. Poslije bi se, uz interaktivnu komunikaciju, sve promijenilo. Čak je to već, dolaskom društvene kablovske televizije, zatim kompjutera i mreža, prije četrdeset godina bilo obećano.

Eksplוזija tržišta komunikacija

Višak je svuda: 50 kanala kod kuće izgleda kao minimum, 100 nešto razumno, 300 do 400 znak napretka, a da ne spominjemo međusobno povezivanje mrežama. Komunikacija je postala jedan od najjačih simbola modernosti. Štoviše, uspjeh ovih tehnika objašnjava razmjere ideologije komunikacije koja je zasnovana, svakako, na tehničkim performansama, ali vjerojatno jednako toliko i na krizi triju drugih velikih vrijednosti koje su dominirale 20. vijekom: znanosti, religije i politike.

Istraživanje u akademskom svijetu je bilo jedini način pristupa znanju vitalnog, ali zanemarenog sektora. Danas je potražnja za znanjem još uvijek blago niska, ali je taj fenomen maskiran preobiljem postojećih informacija na tržištima, strategijama igrača, ekonomskim restrukturiranjem, tehničkim prognozama, novim uslugama i njihovim eksperimentiranjem. S istraživačke točke gledišta, ipak, tokom dvadeset godina možemo imenovati oblasti u kojima je postignut napredak. To su sljedeće oblasti i obuhvaćaju pobrojano:

1. Komunikacija i društvo: institucionalna komunikacija, historija tiska i komunikacijskih tehnika, znanosti, kulture i komunikacije, kolektivno pamćenje i historija komunikacije, pravo i ekonomija informacija i komunikacija, društvena historija i pamćenje;
2. Mediji i demokratija: politički govori i njihovi izrazi, posredovanje i medijatzacija, mediji, krize i sukobi, evolucija audiovizualnih sistema i regulatornih institucija, pojava novih tehnika komunikacije;
3. Komunikacija i politika: karakteristike i funkcioniranje javnog prostora, javno mnijenje i politička komunikacija, diskurs i prakse aktera, konteksti prenošenja i prijema političkih poruka u javnom prostoru, informacije i akcije, novi odnosi između javnog i privatnog prostora;
4. Komunikacijske strategije: modifikacija prostora i vremena, konstrukcija i izražavanje mišljenja, prijem poruka i ponašanja publike, argumentativne strategije i konstrukcija stvarnosti, konstrukcija, interakcija i interpretacije, individualna i kolektivna zastupanja, interpersonalna komunikacija i komunikacija na daljinu, različiti oblici interkulturalne komunikacije, riječi, geste, slike i raznolikost načina komunikacije;
5. Evropa i interkulturalna komunikacija: stereotipi i reprezentacije, identitet i komunikacija, nacionalni mediji i prostori, internacionalizacija komunikacije, politička, ekonomska, institucionalna i kulturna pitanja, Evropska unija i granice južne i istočne Evrope, poteškoće interkulturalne komunikacije, društvene nejednakosti i sukob kultura, sukob između komunikacijskih industrija i pitanje kulturne raznolikosti;
6. Četiri teorijske pozicije: Teorijske pozicije, često kontradiktorne, koje strukturiraju polje istraživanja, mogu se grupirati u četiri pozicije. Prva se odnosi na vezu između tehnike i vrijednosti u polju komunikacije, a druga se tiče stupnja otvorenosti i zatvorenosti društva. Što se tiče komunikacije, razilaženje je između dijelova koji favoriziraju tehnički pristup komunikaciji, u usporedbi s onima koji favoriziraju pristup u smislu vrijednosti. Što se tiče društva, razilaženje je između dijelova koji favoriziraju otvorenu viziju društva, u usporedbi s onima koji radije insistiraju na temi društvene kontrole i dominacije.

To je u konačnici, s jedne strane, veza tehnike i vrijednosti u komunikaciji, a s druge, manje ili više zatvorena vizija društva koje predstavlja dvije ose u odnosu na koje se distribuira rad na komunikaciji. Stoga je odnos komunikacije i društva diskriminirajući faktor. Vizija informacija i komunikacije uvijek otkriva implicitnu ili eksplicitnu teoriju društva. Ne postoji „prirodan“ stav o komunikaciji,

bilo da se radi o imidžu, recepciji, televiziji, novim tehnikama ili interkulturalnoj komunikaciji. I svaka od ovih vizija se u konačnici odnosi na koncepciju komunikacije i društva. Stoga možemo postaviti sljedeća pitanja bilo kojeg tehničkog, akademskog, političkog diskursa o komunikaciji: Koje su pretpostavke? Gdje on govori o tako „prirodnoj“ komunikaciji? Koja je njegova implicitna vizija društva? Kako to utječe na njegovu koncepciju komunikacije?

Čitajući novinske članke ili slušajući određenog ekonomskog ili političkog aktera koji intervenira u polju komunikacije, možemo razumjeti na koju od ovih pozicija je vezan govor.

Prva struja je vrlo optimistična po pitanju društva - kao i tehnika, okuplja one koji u tehničkim lomovima vide nastanak novog društva, više demokratskog, relacijskog i interaktivnijeg. Ovdje je to gotovo vjerovanje. Ovakav stav je sveprisutan u medijima, novinama i budućem radu. Ovdje je gotovo sve pozitivno. Otpor društava se poistovjećuje sa strahom od promjene. Ekonomska logika je naoružana ruka ove globalne revolucije koja će omogućiti precrtavanje odnosa. Obrazovanje, kao jedan od dodataka ove komunikacijske revolucije, omogućit će zemljama da preskoče fazu industrijskog društva i direktno dođu u informacijsko.

Druga struja: kritika. Osuđuju ekscese komunikacijskih industrija na globalnom nivou i opći utjecaj tehnika na društvene odnose. Nove usluge ništa ne mijenjaju. Međutim, može se voditi borba da se društva oslobode ovog, konačno, ideološkog, kao i ekonomskog, tehničkog i političkog utjecaja. Na međunarodnom planu, ideologije informacijskog društva samo su alibi nove međunarodne podjele rada koja učvršćuje dominaciju.

Treća struja: empiristi kritičari. Ovdje prevladava ideja manevarskog prostora u odnosu između komunikacije i društva. Komunikacija je vrijednost prije nego što postane tehnika, a u ime ove normativne reference moguće je, na dnevnoj bazi, podizati kontradikcije između ideala komunikacije i stvarnosti komunikacijskih industrija. Inteligencija javnosti je čuvar ovog dualiteta komunikacije. To je simetrija inteligencije građanina u demokratskom modelu. Ovdje je ključna ideja regulacije, kao i ideja kritičke analize.

Četvrta struja: nihilisti. Oni pokazuju dvostruko nepovjerenje, i u društvo i u čovjeka. S druge strane, nihilisti, manje-više skeptični u zavisnosti od autora, snažno vjeruju u moć tehnika, ali na simetričan način. Za njih su i glumci prevareni. Samo je manjina u stanju kroz svoju kulturu odbaciti zamke i iluzije ove komunikacije. Perspektiva je često elitistička.

Zaključak

Komunikacija je vjerojatno jedan od segmenata stvarnosti u kojem je bilo najviše promjena u posljednjih šezdeset godina. Možemo samo razmisliti o telefonu, radiju, televiziji, kompjuterima, današnjoj stvarnosti i mobilnim telefonima. To su preokreti koji su se desili bez postojanja velike znanstvene kulture, jer informacija i komunikacija jučer nisu bili legitimna i cijenjena oblast. Kašnjenje je stoga više na strani teorije i refleksije, nego na strani tehnike i ekonomije. Komunikacija

postaje glavno pitanje 21. vijeka, jednako važno kao znanost, obrana, obrazovanje, zdravstvo. Napor proizvodnje znanja, stoga, mora biti razmjeran ovom ekonomskom, društvenom i kulturnom značaju, kako na nivou nacija tako i onog suštinskog sutra i poštovanja kulturne raznolikosti.

Informacijom i komunikacijom utječemo na mentalnu infrastrukturu pojedinaca i zajednica. Razvijanje znanja je i način da se očuva komunikacija kao karakteristična vrijednost kulture i demokracije u vrijeme kada je s uspjehom zahvaćaju svi interesi. Kako komunikacija postaje rastuća globalna industrija, ne postoji garancija da će ostati vezana za vrijednosti koje je podržavaju. Može čak postati faktor dominacije i nejednakosti, daleko od ideala dijeljenja i emancipacije.

Razvijanje znanja o komunikaciji znači djelovanje tokom vremena, da se obećanja o novim tehnikama stave u perspektivu. To ne svodi komunikaciju na tehnike, nego na razvijanje teorijskog rada i promoviranje razvoja znanstvene zajednice. Primjetna je marginalizacija istraživača i akademika u korist „stručnjaka“ i „savjetnika“ svih vrsta čiji govori uvijek bivaju privlačniji. Jednom kada komunikacija postane industrija, logika interesa dominira logikom vrijednosti. Sve dok ne bude komunikacijske krize, potražnja za znanjem će vjerojatno ostati niska.

Hoćemo li ostaviti otvorenu raspravu, jedva ocrtanu, o dvjema filozofijama komunikacije: dijeljenju ili prenošenju? Politička filozofija insistira na idealu međusobnog razumijevanja između ljudi i društava. Tehnička filozofija je osjetljiva na napredak koji omogućava sve brži prijenos i interaktivnost informacija i komunikacija svih vrsta. S jedne strane je sporost i teškoća u međusobnom razumijevanju, a s druge tehnička brzina. U sredini, obećanja ekonomije, spremnije da pređe na tehničku nego na humanističku logiku.

Kakva će biti uloga znanja? Bit će potrebno razlikovati u obećanjima, govorima, dostignućima, što se odnosi na političku filozofiju komunikacije od onoga što se odnosi na tehničku filozofiju. Ove dvije filozofije se ne preklapaju nužno s opozicijom između normativne komunikacije i funkcionalne komunikacije, što pokazuje složenost odnosa između komunikacije i društva. Ustvari, može postojati normativna komunikacija i u političkoj i u tehničkoj filozofiji komunikacije. Obrnuto, funkcionalna dimenzija se može naći i u političkom ili tehničkom pristupu komunikaciji. U svakom slučaju, razlikovanje dviju vizija, tehničke i političke komunikacije, omogućava nam da stavimo u perspektivu pitanja vezana za ekonomiju komunikacije i društvene, kulturne i obrazovne projekte koji su njeno proširenje. Nije li u svim slučajevima razlikovanje problema različite prirode ono što karakterizira čin znanja?

Literatura:

- Fejzić-Čengić, F. (2016) *Stvarnost i mediji, vrijeme istrošenih ideologija*. Sarajevo: Dobra knjiga.
- Fejzić-Čengić, F. (2009) *Medijska kultura u Bosni i Hercegovini*. Sarajevo: Connectum.
- Granjon, F. (2012) *Reconnaissance et usage d'internet. Une sociologie critique des pratiques de l'information connectee*. Paris: Presses des Mines.
- Habermas, J. (1962) *L'espace public. Archeologie de la publicite comme dimension constitutive de la societe bourgeoise*. Paris : Payot.
- Hall, S. (2007) *Identite et culture*. Paris: Ed. Amsterdam.
- Kečo-Isaković, E. (2006) *Izazovi mas-medija*. Sarajevo: DES.
- Lamza Posavec, V. (1995) *Javno mnijenje*. Zagreb: Alinea.
- Lazarsfeld P.F., Katz E. (1955) *Personal influence: The part played by people in the flow of mass communications*. New York: The free press.
- Lorimer, R. (1998) *Masovne komunikacije*. Beograd: Clio.
- McQuail, D. (2010) *Mass Communication Theory*, (6th edition). London.
- Nuhanović, A. (2005) *Fenomen javnosti*. Sarajevo: Promocult.
- Radojković, M., Stojković, B. (2004) *Informaciono komunikacioni sistemi*. Beograd: Clio.
- Sinanović, A. (2007) *Društvena odgovornost medija*. Sarajevo: Vesta.
- Šljivo-Grbo, A. (2009) *Mediji i demokratizacija društva*. Sarajevo: Fakultet političkih nauka.

Language, Communication, Media

Abstract

Language is a system that allows us to communicate. In its intent to encourage the exchange of information between individuals, its function is dual: that of communication between humans and of the symbolization of an idea by a sign. Civilization as we know it a product of language, both spoken and written. The emergence of image media such as photography, cinema, video, and comics risks overturning the fragile balance that has been established by the verbalization between the instinctual and the rational. The image provokes, but does not reach deeply. A spoken word structures the experience and enables the subject to distance itself from it, in order to integrate, digest, and acquire it. Speech, i.e. the verbal articulation of a thought, is the principal element of language. Language is therefore individualized, embodied, and put in a certain situation. A very important civilizational role of speech has somewhat started to disappear from view, after the winds of massive technology have begun to blow. With pictures that define a new language, technology has provided us with new means. Media experts' efforts are therefore nowadays more focused on the research of the technical aspects and new technological possibilities, than on the articulation of the existing discourse. The already famous McLuhan's phrase "The Medium is the message" has suppressed the importance of speech. The phenomenon is universal: the strictness of the articulation of the verbal discourse is in decline everywhere.

Key words: language, communication, media, philosophy.



This journal is open access and this work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.