

ТЕОРИЈСКО ОДРЕЂЕЊЕ КОМУНИЦИРАЊА

КОМУНИКОЛОГИЈА

14. ТЕМА

САДРЖАЈ ПРЕДВАЊА

- Појам комуницирања
- Ка дефинисању комуницирања
- Дефиниција комуницирања
- Субјекти комуницирања
- Комуникациона ситуација
- Комуникациони чин
- Основна шема комуницирања

ПОЈАМ КОМУНИЦИРАЊА

- КОМУНИЦИРАЊЕ и КОМУНИКАЦИЈА (користе се као синоними)
- Оба израза потичу из латинског језика
- Латински глагол *communicare*: учинити нешто заједничким, саопштити, али и – причестити се...
- Именица *communicatio*, која је изведена из глагола, означава: заједницу, са-обраћање, општење, са-општавање, везу, додир...
- Оба израза упућују на ПРЕЛАЗ ОД ИНДИВИДУАЛНОГ КА ОПШТЕМ.

ПОЈАМ КОМУНИЦИРАЊА

- Употреба ових речи у религиозне сврхе утицала на њихово ширење и одомаћивање у многим европским језицима (Католичка црква).
- С обзиром на религиозне особености српског народа изрази КОМУНИЦИРАЊЕ и КОМУНИКАЦИЈА нису преузети из латинског, већ из енглеског језика.
- У књигама штампаним пре Другог светског рата изузетно се ретко срећу код нас.
- Разлог: развој масмедија и комуникологије најпре у земљама енглеског говорног подручја.
- Њихово значење у српском језику треба одређивати с обзиром на савремена значења глагола и именице у енглеском језику.

ПОЈАМ КОМУНИЦИРАЊА

- Енглески глагол *to communicate*: саопштити, пренети, бити у вези, водити један у други...
- Енглеска именица *communication* има шире значењско поље:
 - у небројивом облику она означава исто што и глагол *to communicate*,
 - у бројивом облику: саопштење (порука)
 - у множини (*communications*): средства/медији комуницирања .

ПОЈАМ КОМУНИЦИРАЊА

- КОМУНИЦИРАЊЕ и КОМУНИКАЦИЈА нису безрезервни синоними.
- Зато треба обратити пажњу на контекст употребе оба израза.
- Пример: МЕДИЈИ МАСОВНИХ КОМУНИКАЦИЈА!?
- Покушаји коришћења израза који потичу из српског (хрватског) језика:
 1. са-обраћање/саобраћај,
 2. са-општавање/општење, НИСУ УСПЕЛИ.

КА ДЕФИНИСАЊУ КОМУНИЦИРАЊА

- Будући да је Комуникологија интердисциплинарна наука о комуницирању као свепрожимајућем феномену људског друштва постоји мноштво различитих дефиниција комуницирања.
- Оне зависе од:
 1. **идејно-филозофског оквира** (функционализам — комуницирање као процес у социјалном систему; структурализам — комуницирање као елемент друштвене структуре...),
 2. **научног идентитета** (лингвистика, психологија, антропологија, социологија, кибернетика...),
 3. **предметног оквира истраживања/проучавања** (дубина истраживачког захватања у феномен комуницирања у његовом тоталитету: целина феномена или поједини његови аспекти).

КА ДЕФИНИСАЊУ КОМУНИЦИРАЊА

- Унутар комуникологије, независно од претходних епистемолошких варијабли, искристалисале су се две парадигме у разумевању комуницирања:
 1. **КИБЕРНЕТСКА** и
 2. **СОЦИОАНТРОПОЛОШКА.**
- Парадигма (грч.) изворно значи: пример, образац, шаблон.
- У научном дискурсу парадигма се најчешће поистовећује са, у одређеном временском периоду, најшире прихваћеном теоријом, чији се сазнајни резултати узимају као аксиоми.
- Критеријум разликовања поменутих парадигми:
РАЗУМЕВАЊЕ ИНФОРМАЦИЈЕ.

ДЕФИНИЦИЈА КОМУНИЦИРАЊА

- Не постоји потпуна и свеобухватна дефиниција неког феномена.
- КОМУНИЦИРАЊЕ ЈЕ СУШТИНСКИ ЉУДСКА ИНТЕРАКЦИЈА, ПРИМАРНОГ ДРУШТВЕНОГ ЗНАЧАЈА, КОЈА СЕ ОСТВАРУЈЕ РАЗМЕНОМ ИНФОРМАЦИЈА/ПОРУКА, НЕПОСРЕДНО ИЛИ ПОСРЕДСТВОМ МЕДИЈА, У ПРОСТОРНО И ВРЕМЕНСКИ ОДРЕЂЕНОМ ПСИХОСОЦИЈАЛНОМ КОНТЕКСТУ, СА ОДРЕЂЕНИМ ТРЕНУТНИМ ЕФЕКТИМА И РЕЛАТИВНО ТРАЈНИМ ДРУШТВЕНИМ ПОСЛЕДИЦАМА.

ЕЛЕМЕНТИ ДЕФИНИЦИЈЕ КОМУНИЦИРАЊА

- КОМУНИЦИРАЊЕ СВОЈСТВЕНО САМО ЉУДИМА (социоантрополошка парадигма)
- ОСНОВНИ ЕЛЕМЕНТ ДРУШТВЕНЕ СТРУКТУРЕ
- ИНТЕРАКЦИЈА: ПОНАШАЊЕ И ИНТЕРПРЕТАЦИЈА
- УСЛОВЉЕНА ПСИХОСОЦИЈАЛНИМ КОНТЕКСТОМ, ВРЕМЕНОМ И ПРОСТОРОМ
- УВЕК ИЗАЗИВА ТРЕНУТНЕ ЕФЕКТЕ И РЕЛАТИВНО ТРАЈНЕ ДРУШТВЕНЕ ПОСЛЕДИЦЕ

МОРФОСТАТИЧКИ МОДЕЛ КОМУНИЦИРАЊА

- Овако схваћено комуницирање може се у морфостатичком моделу сагледати, уз висок степен апстракције, као низ комуникационих чинова између субјеката комуницирања/ људи у одређеној комуникационој ситуацији.
- Обе категорије, комуникациони чин и комуникациону ситуацију, лексички је увео код нас Тома Ђорђевић (1979), мада су елементи њихове структуре били, у већој или мањој мери, директно или индиректно, предмет истраживања и проучавања у свим предкомуниколошким и комуниколошким теоријама комуницирања.

СУБЈЕКТИ КОМУНИЦИРАЊА

- Субјекти комуницирања/комуникатори јесу:
 1. пошиљалац/пошиљаоци, тј. емитер/емитери (појединац, примарна друштвена група, друштвена организација/комуникациони центар) и
 2. прималац/примаоци, односно реципијент/реципијенти (појединац, примарна друштвена група, структурални – публика, и аструктурални облици секундарног груписања - масовна публика)
поруке/порука.
- НАПОМЕНА: субјекти комуницирања углавном се у нашој литератури означавају као комуникатор(и) и реципијент(и), што семантички имплицира да прималац/реципијент није комуникатор. То није тачно, посебно у интерперсоналном комуницирању. Зато су овде, у појмовно-категоријалном смислу, субјекти комуницирања на обе интеракцијске стране одређени као комуникатори, који се јављају у активној улози – пошиљалац/емитер, и пасивној - прималац/реципијент поруке.

КОМУНИКАЦИОНИ ЧИН

- Комуникациони чин представља динамички моменат комуницирања, јер се комуницирање као (и) временски одређена интеракција остварује кроз континуум комуникационих чинова.
- Структура комуникационог чина, тј. фазе његовог остваривања одређене су моментима:
 1. **избора (селекције) информације из окружења** (смисаоног замењивања неког од аспеката свеколиког универзума),
 2. **енкодирања поруке** (симболског, телеолошког и вредносног организовања информације као претпоставке њеног комуницирања/размене),
 3. **интеракцијске трансмисије поруке** (непосредно или посредством медија) и
 4. **рецепције поруке.**

РЕЦЕПЦИЈА ПОРУКЕ

- Подразумева:
 1. чулну перцепцију поруке,
 2. декодирање поруке (разумевање значења поруке и унутар њега досезање информације или информација у информационом језгру) и
 3. тренутно или временски одложено реаговање на информацију/информације, чиме по правилу започиње нови комуникациони чин, али у супротном смеру (мада у одређеним облицима комуникационе праксе — масовном комуницирању, то реаговање има наглашену индиректност).

КОМУНИКАЦИОНА СИТУАЦИЈА

- Комуникациони чинови, комуницирање као њихов низ у времену, дешавају се у одређеној комуникационој ситуацији. Реч је о релативно статичком скупу више или мање детерминишућих фактора комуникационих чинова.
- Комуникациона ситуација одређена је:
 1. субјектима комуницирања,
 2. социјалним контекстом,
 3. симболским системом унутар којег се информације енкодирају у поруке,
 4. карактеристикама и специфичностима медија посредством којег се остварује размена порука.

СУБЈЕКТИ КОМУНИЦИРАЊА

- Индивидуалне карактеристике субјекта комуницирања одређене су њиховим:
 1. БИОЛОШКО-ФИЗИОЛОШКИМ И МЕНТАЛНО-ПСИХИЧКИМ ПРЕДИСПОЗИЦИЈАМА И
 2. РЕФЕРЕНТНИМ ОКВИРОМ.

СОЦИЈАЛНИ КОНТЕКСТ/АМБИЈЕНТ

- Различити облици друштвеног груписања и организовања;
- Преовлађујући вредносни систем;
- Културни стандарди и обрасци;
- Утичући облици друштвене свести: религија, традиција, обичаји, морал, политика, идеологија, право, наука, филозофија.

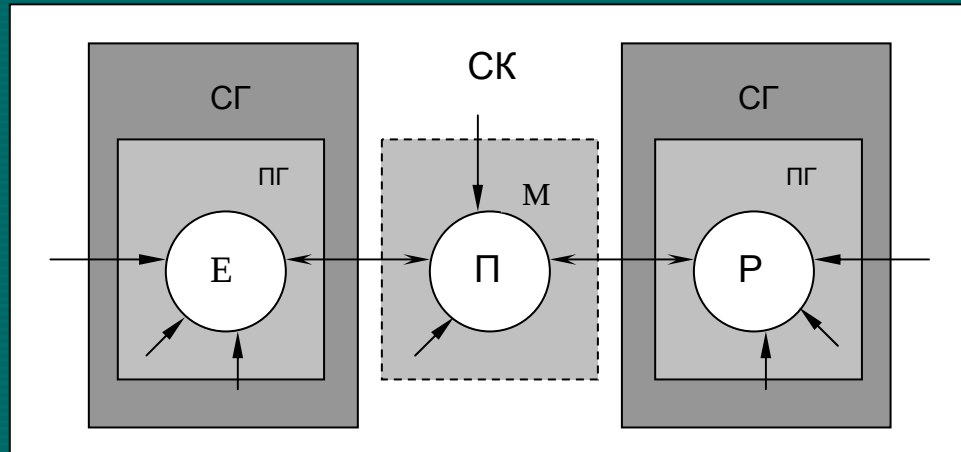
СИМБОЛСКИ СИСТЕМИ

- Семантичка, синтактичка и прагматичка својства симболических система који се користе у комуницирању, тј. енкодирању порука.
- Вербални симболически системи.
- Невербални симболически системи.
- Могућности истовремене употребе више симболических система.

КАРЕКТАРИСТИКЕ И СПЕЦИФИЧНОСТИ МЕДИЈА

- (НЕ)УЧЕШЋЕ СЕКУНДАРНИХ МЕДИЈА
- Непосредно и посредно комуницирање
- НЕПОСРЕДНО КОМУНИЦИРАЊЕ:
субјектима комуницирања на располагању
сви симболски системи.
- ПОСРЕДНО КОМУНИЦИРАЊЕ:
техничко-технолошке специфичности и
експресивне могућности медија.

ОСНОВНА ШЕМА КОМУНИЦИРАЊА



- Е – емитер/емитери (попиљалац/попиљеоци);
- Р – реципијент/реципијенти (прималац/примаоци);
- П – порука;
- М – медиј;
- ПГ – примарна друштвена група;
- СГ – секундарни облици друштвеног груписања;
- СК – најшири социјални контекст;
- ВЕКТОРИ - сплет различитих утицаја који на субјекте комуницирања делују из различитих облика друштвеног груписања и најширег социјалног контекста током њихове комуникационе интеракције.

ПИТАЊА

