



Милош АГАТОНОВИЋ

Академија васпитачко-медицинских
струковних студија

Крушевац

КОНТАКТ: agatonicmilos@yahoo.com

УДК: 316.774:654.17/19(031)(049.32)

Врста рада:
ПРИКАЗ ПУБЛИКАЦИЈЕ

Прихваћен: 8. 4. 2021.

Примљен: 15. 5. 2021.



ПИОНИРСКО КОМУНИКОЛОШКО ДЕЛО

*Милетић Мирко, Милетић Невена,
„Комуниколошки лексикон”, треће измењено
и допуњено издање, 2021, Јасен,
Београд, 428 стр.*

Прво издање „Комуниколошког лексикона”, када је објављено 2012. године, представљало је пионирско лексикографско дело о комуницирању написано српским језиком и ћириличним писмом. Будући да је привукло знатну пажњу комуниколога и шире читалачке публике у српском свету, друго издање се, неизмењеног садржаја, појавило пет година доцније.

Књига је осмишљена као појмовни водич студентима Комуникологије и комуниколошких наставних дисциплина на свим нивоима високошколског образовања. Садржала је пет стотина одредница које се директно или индиректно односе на феномен комуницирања и комуникациону праксу човека. Написане су, како су истакли аутори у Предговору, у социоантрополошком сазнајном оквиру, у којем се комуницирању приступа као искључиво људској интеракцији. Одреднице су груписане у двадесет тематских целина: „Комуникологија”, „Комуникологија и друге науке”, „Семиотичке основе комуницирања”, „Информација и порука”, „Комуницирање и комуникациона пракса”, „Медиј и врсте медија”, „Штампа”, „Филм”, „Радио”, „Телевизија”, „Интернет”, „Новинарство”, „Јавност и јавно мњење”, „Слобода комуницирања”, „Масовна култура”, „Медиј-



ски систем”, „Менаџмент медија”, „Информационо друштво”, „Медији и образовање” и „Теорије и модели комуницирања”. Написане су азбучним редом, али могуће их је читати и редоследом предложеним у „Дидактичком појмовнику”, којим је успостављена кохерентна веза између свих тематских целина и одредница, почев од „Комуникологије” и „Лексикона”, појмова који су садржани у наслову књиге, до последњих одредница, које се односе на теорије и моделе комуницирања. На крају је дат „Индекс имена” садржаних у књизи и понуђена „Одабрана литература” која је незаобилазна у истраживању и проучавању комуницирања.

После два издања и осам година употребе „Комуниколошког лексикона”, све бржег развоја интернета и комуникационих могућности овог мултимедија, унимедија и метамедија, као и драгоцених критичких запажања студената и комуниколога са бројних факултета на српском културном простору, аутори су одлучили да садржај ове јединствене лексикографске публикације измене и прошире у трећем изадњу.

Измене су извршене скраћењем или проширењем текстова у десетак одредница и уклањањем неколико, показало се, сувишних. Такође и прецизнијим и језгровитијим објашњењима мноштва појмова.

Лексикон је, наглашавају аутори, проширен са педесет одредница које се у највећем броју односе на комуницирање посредовано интернетом. То је логична последица текуће напредности науке, тј. информационе/информатичке револуције у чијем су средишњем току: умножавање традиционалних масовних медија, глобализација масовног комуницирања, појава и брз развој интернета и њему својственог, потпуно новог облика комуникационе праксе, конвергенције масовних медија и интернета а, последично, настајање историјски новог типа друштва – информационог/информатичког друштва. У различитим научним, најчешће монодисциплинарним оквирима, појмови категоријалног значаја за истраживање и разумевање комуницирања не ретко су употребљавани и употребљавају се са подразумевајућим значењем или се објашњавају некритичким преузимањем неког од постојећих, често превазиђених и још чешће међусобно несагласних теоријских одређења. „Комуниколошки лексикон” био је и, овим измењеним и допуњеним издањем, остао резултат настојања аутора „да се досегне макар и почетна сагласност о значењу сваког од њих, као најважнија претпоставка отклањања различитих шумова у комуницирању о комуницирању, првенствено у академској заједници, међу стручњацима, теоретичарима и истраживачима комуницирања, комуниколозима и будућим комуниколозима”. Посебно је инсистирано на прецизном дефинисању појмова који се учестало, али са подразумевајућим значењем, користе у свакодневном комуницирању, као нпр. друштвена/социјална мрежа или друштвени/социјални медиј, у оквиру већ показаног настојања у претходним издањима да се јасно разликују: (1) субјекти, (2) садржаји и њихова форма, (3) посредници/медији и (4) друштвени контекст комуницирања у свим облицима комуникационе праксе, следствено и у комуницирању посредованом новим медијем.

Ево неколико илустрација.

Најпре, Традиционални мас-медији: „Синтагма настала да би се медији масовног комуницирања разликовали од новог медија. Суштински је заснована на погрешном разумевању компјутерске мреже као искључиво масовног медија. Она је и мас-медиј, али је истовремено медиј интраперсоналног, интерперсоналног, комуницирања са различитим публикама и виртуелног комуницирања...”

Последично, Нови медиј/Нови медији: „Са комуниколошког становишта исправно је третирати, у односу на медије масовног комуницирања и на све остале медије, само компјутерску мрежу као нови медиј, будући да су њена појава и развој изазвали настанак новог облика комуникационе праксе – виртуелног комуницирања, које омогућава сва четири обрасца коришћења и протока информација (конверзација, алокуција, консултација и регистрација). Употреба овог израза у множини – нови медији, представља убичајено колоквијално означавање медија који су у техничком смислу унапређени, али немају за последицу настајање и развој нових облика комуникационе праксе. Нпр. дигитална телевизија јесте нови медиј у односу на аналогну телевизију, дигитални компакт-диск јесте нови медиј у односу на грамофонску плочу, итд. али ови, као и сви други, у техничком смислу нови медији, изузев компјутерске мреже, остају посредници у масовном комуницирању, које је настало давно пре њих.”

Затим, Друштвена мрежа: „(1) сваки скуп трајних или релативно трајних релација међу људима унутар организованих друштвених група (нпр. у фамилији, у школи или у предузећу), које су неизбежне јер су условљене друштвеним бићем човека. Зачетници оваквог разумевања друштвених мрежа у истраживању структуре друштва били су крајем XIX stoleћа Емил Диркем (Émile Durkheim) и Фердинанд Тенис (Ferdinand Tönnies). У социологији је развијен посебан правац који за предмет истраживања има друштвене мреже, чије је разумевање једна од најважнијих претпоставки објашњавања функционисања глобалног друштва, укључујући и истраживање друштвених мрежа у виртуелној стварности. (2) Општеприхваћен али нетачан назив за све бројније информационо-комуникационе интернет-сервисе који омогућавају успостављање друштвених мрежа посредованих интернетом са могућношћу остваривање свих образаца коришћења и протока информација. Међу корисницима интернета најпопуларнији су: „Фејсбук“, „Твитер“, „Јутјуб“, „Инстаграм“, „Линкдин“, „Мајспејс“, итд. Најзначајнија друштвена последица њиховог настанка и развоја је потпуно преобликовање јавне сфере у друштву, тиме и друштвеног значаја јавности и јавног мњења, будући да омогућавају готово неограничену слободу јавног изражавања мишљења, посебно у поређењу са друштвеним мрежама које се успостављају у масовном комуницирању. Узимајући у обзир семантичко правило о потреби успостављања високог степена пертинентности између ознаке и означеног, у циљу остваривања могућег изоморфизма значења у комуницирању, као и чињеницу да не мора нужно бити медијски успостављена, у комуникологији није прихватљиво овим изразом именовати



искључиво друштвене мреже посредоване интернетом. Такође, нетачно се називају и социјална мрежа, друштвени медиј или социјални медиј.”

Следствено и Друштвени медиј: „Учестали али нетачан синоном за тзв. друштвену мрежу, односно интернет-сервис који омогућава све обрасце коришћења и протока информација у виртуелној стварности. У оквиру социјално-антрополошке комуниколошке парадигме, засноване на сазнајном постулату да је комуницирање искључиво људско својство, овај израз индиректно упућује на погрешан закључак да постоје и медији који нису друштвени.”

Поред споменутих, међу педесет нових пажњу привлаче одреднице: Аватар, Базворд, Интеркултурно комуницирање, Смартфон, Веб-портал, Банер, Интернет браузер/претраживач, Викимедија, Википедија, Виртуелни/Дигитални/Лажни идентитет, Алткоин, Биткоин, Виралност, Бот, Стриминг, Лајв-стриминг, Подкаст, Пост, Твитер, Инстаграм, Линкдин, Фејсбук, Јутјуб, Јутјубер, Емотикон, Бинцинг, Копирајтер, Грађанско новинарство/Ситизен журнализам, Инфлуенсер, Узбуњивач, Лажна вест/Фејк-њуз...

У време учесталих расправа о језику/језицима који се говоре на Балкану, посебно у контексту, лингвистички и комуниколошки, бизарне идеје да се један и једини језик назове „заједнички језик”, пажњу читалаца свакако ће привући измењена и допуњена одредница Српски језик: „Вербални симболски систем којим усмено и писано комуницира као матерњим језиком више од двадесет милиона људи у Србији, Хрватској, Босни и Херцеговини, Црној Гори и у расејању на Балканском полуострву, тј. у Северној Македонији, у западној Румунији, у западној Бугарској, у северној и јужној Албанији, затим у Мађарској и у готово свим европским земљама, у већем броју јужноамеричких земаља, као и у Аустралији, САД, Канади и Јужноафричкој Републици. Српски народни и књижевни језик је стандардни језик не само српскога народа, него и свеколике српске језичке заједнице на Балкану, од Карловца на западу до Кладова на истоку, и од Суботице на северу до Сутомора на југу Балканског полуострва. Припада западној групи јужнословенских језика, у оквиру народног језика сви његови дијалекти штокавског су наречја, а екавског, ијекавског и икавског изговора, који су равноправни у стандардном језику. Лексички фонд српског језика садржи око пола милиона речи, укључујући архаизме, позајмљенице и туђице. Српски језик има два писма – српску ћирилицу и српску латиницу. Примарно писмо српског језика је ћирилица, настала крајем IX и почетком X века. Њени творци су Ћирил и Методије, настављачи просветитељске мисије „Солунске браће”. Српска ћирилица настала је у XII веку и више пута је поједностављивана и реформисана. Коначни облик добила је реформом Вука Стефановића Караџића почетком XIX века, којом је у потпуности оживотворено начело „један глас – једно слово, једно слово – један глас”. Први пут примењена је у Вуковом „Српском ријечнику” 1818. године. Велики део српске културе, посебно књижевне баштине, настао је и настаје коришћењем српског латиничног писма. Латиница је писмо грчког порекла, која се у античком Риму развила као основна или општа латиница, а из ње су касније настала бројна

национална латинична писма, укључујући и српску латиницу, насталу око 1830. године у духу Вукове реформе српске ћирилице. Српски језик је у периоду од 1954. до 1990. године, на основу „Новосадског договора” српских и лингвиста из Хрватске, Црне Горе и Босне и Херцеговине, називан „српскохрватски” или „хрваткосрпски језик”. Од почетка XXI века у балканским држав(и)цама које су настале после грађанских ратова и сепаратистичког разбијања Социјалистичке Федеративне Републике Југославије у последњој деценији XX века српски језик се, на основу политичких одлука, назива и именима новонасталих држава, конфесионалних и етничких група: „хрватски језик”, „босански/бошњачки језик” и „црногорски језик”.

Повећање броја одредница, логично, битно је проширило именски индекс и списак референтне литературе за истраживање и промишљање феномена комуницирања за двадесет и осам библиографских јединица.

На крају запажање: на почетку „Комуниколошког лексикона” аутори су ово издање посветили пиониру Комуникологије у Србији Томи Ђорђевићу (1928 – 2017). О њему су, у одредници Комуникологија у Србији, написали: „Постаје универзитетска наставна дисциплина крајем седамдесетих година XX века, најпре на Одсеку за новинарство Факултета политичких наука у Београду, где је у оквирима социоантрополошке сазнајне парадигме профилисана Београдска комуниколошка школа са родоначелником проф. др Томом Ђорђевићем”, указујући да је први написао и објавио референтне комуниколошке књиге и уџбенике на српском језику, међу којима су најпознатије „Политичко јавно мњење” (1975), „Теорија информација” (1979), „Теорија комуникација” (1979) и „Комуникација и власт” (1988). За сећање свих његових ученика и незаборав ко је био први комуниколог у Србији.

Аутори и у овом, трећем измењеном и допуњеном издању не одустају од идеје да је за свако истраживање, промишљање резулата истраживања и учење почетак почетка изјашњавање шта предикатски значи одређени појам, који се у овој књизи односи на феномен људског комуницирања. *Nic et nunc*. Не претендују, међутим, да је њихово разумевање сваке појединачне одреднице и целине људског комуницирања коначно и беспризивно, већ настоје да доследном недвосмислености и јасноћом у „Комуниколошком лексикону” подстакну критичко промишљање, надградњу и, зашто да не, негацију понуђених тврдњи, објашњења и интерпретација.