

Мирко Милетић
Марко М. Ђорђевић



Од знака до хипертекста



Факултет педагошких наука Универзитета у Крагујевцу, Јагодина
Агенција „Сербика”, Београд

Едиција
МОНОГРАФИЈЕ

Мирко Милетић
Марко М. Ђорђевић

ОД ЗНАКА ДО ХИПЕРТЕКСТА



Јагодина
2018

Издавачи

Факултет педагошких наука Универзитета у Крагујевцу
Милана Мијалковића 14, Јагодина
Агенција „Сербика”, Београд
www.serbika.rs

За издаваче

Проф. др Виолета Јовановић

Уредник

Доц. др Маја Димитријевић

Рецензенти

Проф. др Дивна Вуксановић
Проф. др Илијана Чутура
Проф. др Добривоје Станојевић

Дизајн корица

Доц. мр Милош Ђорђевић

Илустрација на корицама

Александар Тодоровић
Trumpeter, Hashtagram, Fakebook
јајачана темпера и злато на дрвету, 5x5 цм, 2017.

Технички уредник

Владан Димитријевић

Лектура и коректура

Мср Марија Ђорђевић

Тираж

300

Штампа

Donat graf d. o. o.
Београд

ISBN 978-86-7604-174-9

Наставно-научно веће Факултета педагошких наука Универзитета у Крагујевцу, Јагодина, одобрило је објављивање ове публикације одлуком број 01-6671/1 од 21. 12. 2018.

САДРЖАЈ

ПРЕДГОВОР

I КОМУНИКОЛОГИЈА

1. Наука о комуницирању: *pro et contra*
2. Комуникологија у Србији: један родоначелник – мноштво критичких следбеника
3. Доминантне парадигме о комуницирању: како разумети информацију?

II СЕМИОТИЧКЕ ОСНОВЕ КОМУНИЦИРАЊА

1. Знак: основна јединица комуницирања
2. Код: нормативна арматура значења
3. Семиоза: процес настајања значења
4. Симбол: човек као *homo symbolicum*
5. Симболски системи: вавилонска кула људских изражајних могућности
 - 5.1. Лингвистички/вербални симболски системи: одлике човештва
 - 5.1.1. Језик и говор: две стране људске (раз)умности
 - 5.1.2. Усмени језик/говор: „У почетку беше реч”
 - 5.1.3. Писани језик/говор: „Речи лете, записано остаје”
 - 5.1.4. Усмени и писани језик/говор: извесне сличности и битне разлике
 - 5.2. Нелингвистички/невербални симболски системи: у почетку беше – гест!

III ИНФОРМАЦИЈА И ПОРУКА

1. Информација: суштински људска творевина
2. Порука: симболски, циљно и вредносно организована информација/ информације
3. Врсте порука: прагматске и естетске поруке
4. Проблем тумачења порука: три филозофско-научна приступа

IV ТЕОРИЈСКО ОДРЕЂЕЊЕ КОМУНИЦИРАЊА

1. Појам и дефиниција комуницирања: мноштво различитих приступа
2. Морфостатичко објашњење комуницирања: субјекти комуницирања, комуникациони чин и комуникациона ситуација
3. Основна шема комуницирања: аналогни научни модел

V КОМУНИКАЦИОНА ПРАКСА

1. Колико људи комуницира: од интраперсоналног до масовног комуницирања
 - 1.1. Интраперсонално комуницирање: специфичан облик комуникационе праксе и/или паракомуницирање
 - 1.2. Интерперсонално комуницирање: реципрочна измена комуникационих улога – реципрочна „размена” порука
 - 1.3. Комуницирање са различитим публикама: „групно комуницирање”
 - 1.4. Масовно комуницирање: комуникациони центар, мас-медиј, масовна публика
2. Симболски системи и комуницирање: вербално и невербално комуницирање
 - 2.1. Вербално комуницирање: усмена и писана/штампана артикулација језика
 - 2.2. Невербално комуницирање: семантички кључ вербалних порука
3. Посредници у комуницирању: непосредно/директно и посредно/индиректно комуницирање
4. Доступност садржаја комуницирања људима: јавно, руморно и тајно комуницирање
 - 4.1. Јавно комуницирање: интеракције у јавној сфери
 - 4.2. Руморно комуницирање: ширење гласина
 - 4.3. Тајно комуницирање: аркански простор људских интеракција

VI МЕДИЈ

1. Појам, дефиниција и врсте медија: од ватре и дима до интернета
2. Мултимедиј: будућност која је почела
3. Медији и комуницирање: више од неутралних посредника

VII МЕДИЈИ МАСОВНОГ КОМУНИЦИРАЊА

1. Штампа: најстарији масовни медиј
 - 1.1. Књига: масмедијска претпоставка нововековне културе
 - 1.2. Новине: доминантни штампани мас-медиј у друштву
 - 1.3. Плакат и летак: штампани претходници новина
 - 1.4. Стрип: недидактичка алтернатива књизи
2. Филм: илузија стварности
3. Радио: целодневна звучна кулиса
4. Телевизија: симулакрум стварности

VIII МЕДИЈИ МАСОВНОГ КОМУНИЦИРАЊА И ДРУШТВО

1. Социоцентрично и медијацентрично разумевање улоге масовних медија: (пре)позиционирање у друштвеној структури

2. Функције масовних медија: комуникационе, социјалне и економске
- 2.1. Комуникационе функције: информисање, образовање, забава
- 2.2. Социјалне функције: интегрисаност и стабилност друштва
- 2.3. Економске функције: најпре профит
4. Мас-медији, јавност и јавно мњење: савремени политички мит или „четврта власт” у друштву
5. Мас-медији, слобода јавног комуницирања и цензура: давнашња и неокончана борба
6. Мас-медији, манипулација и пропаганда: механизми социјалног инжењеринга
7. Мас-медији и масовна култура: негација културних различитости

IX НОВИ МЕДИЈ И НОВИ ОБЛИК КОМУНИКАЦИОНЕ ПРАКСЕ

1. Компјутерска мрежа/интернет: мултимедиј, унимедиј и метамедиј
2. Нови облик комуникационе праксе: виртуелно комуницирање

X МАЊИНЕ У НОВОМ МЕДИЈСКОМ ОКРУЖЕЊУ

1. Медији мањина као део „комуникацијске игре”: симулирања мултикултуралности
2. Интернет: могућа и пожељна алтернатива

XI КОМУНИЦИРАЊЕ У ОБРАЗОВАЊУ

1. Педагошко комуницирање: методика и комуникологија
- 1.1. Педагошка комуникациона ситуација: неравноправна равноправност
- 1.2. Педагошки комуникациони чин: компетентност учитеља – комуникабилност поруке
2. Медији и образовање: сусрет са будућношћу
- 2.1. Медијско образовање: нови господари социјализације
- 2.2.образовање за медије: прича са западне стране
- 2.2.1. Медијска писменост: садржај и структура појма
- 2.2.2. Модел медијског описмењавања: свесност, анализа, промишљање, дељење
- 2.2.3. Медијска писменост у Србији: од теоријског концепта до стратегије друштвеног развоја
- 2.2.4. Ка методици медијског описмењавања: прожимање два образовно-васпитна система
- 2.3. Медији у образовању: мултимедијска учионица – школа будућности

ЛИТЕРАТУРА

БЕЛЕШКА О АУТОРИМА

ПРЕДГОВОР

На таласима текуће научнотехнолошке, као првенствено информационе револуције, у комуникационој пракси човека дешавају се промене до сада невиђене по опсегу, захватности, радикалности и последицама које изазивају на индивидуалном и друштвеном плану људске егзистенције. Те промене најбелоданије се манифестују у готово потпуној релативизацији простора и времена, стварности и виртуелности, истине и привида у људским интеракцијама, захваљујући до краја изведеној пролиферацији и конвергенцији традиционалних масовних медија и експлозивном развоју тек „јуче” насталог новог медија – интернета, који својим мултимедијским потенцијалима већ постаје својеврсни унимедиј и, последично, метамедиј.

Стога је у савремености све више емпиријских истраживања и теоријских концептуализација фокусираних на узроке, садржај и последице ових промена. Сведоци смо умножавања различитих научних приступа у којима се нуди мноштво одговора на питања проистеклих из потпуно измењених медијских а тиме, неизбежно, и друштвених услова који омеђују комуникациону праксу човека на почетку трећег миленијума. Новонастали појмови као што су нови медиј, друштвена мрежа, социјални медиј, лажни идентитет, инфлуенсер, деконструкција стварности, хипертекст, итд. тумаче се и интерпретирају на различите начине, (не)критички усвајају и користе са подразумевајућим значењем.

То је, донекле, и разумљиво јер свака нова појава у друштвеном животу, пре него што је у потпуности истражена и објашњена, мора да буде именована, а свако почетно именоване је често колоквијално и у семантичком смислу неконзистентно са већ прихваћеним значењем појмова који су у вези са њом. Али, ако је оваква семантичка колоквијалност нешто здраворазумски схватљиво у оквирима предметне профилисаности наука које комуницирању приступају као проблему секундарног значаја у њиховом хеуристичком фокусу, никако не може бити прихваћена у комуниколошком научном оквиру. То се посебно односи на оне појаве који су од кључног значаја за успостављање таксонимијског кода својственог овој науци, дакле појмовно-категоријалног апарата који омогућава истраживачима комуницирања да се међусобно разумеју, тј. да сваки појам категоријалног значаја за њих има реалтивно фиксирано значење.

Наслов ове књиге, *Од знака до хипертекста*, указује на то да су се аутори, давећи се и новим феноменима у комуникационој пракси човека, вратили почетку, знаку као основној јединици комуницирања, са телеолошком мотивацијом да у комуникологији до сада неупитно разграничење појмова – субјект/и комуницирања, садржај комуницирања и посредници у комуницирању – задрже и у потпуно измењеним медијским условима. Нову медијску и, шире, комуникациону праксу није могуће истраживати и објашњавати без одговора на кључно питање за којим комуникологија трага: Како људи комуницирају? А одговор на питање како људи комуницирају данас захтева објашњење како су комуницирали од настанка човека, свесног и друштвеног бића „осуђеног” на комуницирање. Тим пре што је књига написана по социоантрополошком херменеутичком кључу, којим се отварају „врата” промишљања комуницирања као искључиво људског својства. Препуштајући је рецепцији читалаца, овакав приступ, као и све што је у њој написано, подложни су, разуме се, критичком преиспитивању и вредновању.

Аутори

Нови коауторски рукопис књиге Мирка Милетића и Марка М. Ђорђевића допринос је развоју комуникологије у Србији, а на трагу како домаћих (од проф. др Томе Ђорђевића наовамо), тако и страних аутора који су отворили нову парадигму мишљења – почев од педесетих година прошлог века па до данас. У тексту се разматра историјат дисциплине (уз допуштење да је овде реч и о интердисциплинарним истраживањима), дефинишу се основни појмови, методе изучавања, те различити приступи теми комуницирања, која је разматрана у распону од појаве димних сигнала до хипертекста.

Угао промишљања комуникологије Милетића и Ђорђевића ситуиран је у семиотичку перспективу тумачења, што значи да је полазиште науке о комуницирању, једноставно – знак. Наиме, са становишта семиологије – уже семантике – третирану су комуниколошки процеси и дефинисано је поимање актуелних видова комуницирања – што сеже све до феномена мрежног интераговања и успостављања тзв. хипертекстуалних релација, релевантних за савремене процесе означавања. Рукопис књиге проблемски захвата, што сматрамо да је његова посебна вредност, и начине и путеве комуницирања у образовању.

Проф. др Дивна Вуксановић

У књизи Мирка Милетића и Марка М. Ђорђевића *Ог знака до хипертекста* правовремено и поуздано се укључују најновија сазнања у области комуникације и савремених медија. Истовремено се води рачуна о неопходности преиспитивања проверених темеља назначених области. Са веома много поуздане истраживачке одважности аутори преиспитују широке комуниколошке и медијске области од проучавања знака до контекстуализације широких сложених медијских „порука”, проблема и начела медијске писмености све до наратолошких поља као самосталне семиотичке дисциплине како је тврдио Ролан Барт.

Бавећи се терминолошким поделама и разликама у комуниколошким областима ови аутори долазе до заједничких комуникативних супстрата. То је добра припрема за даље изучавање свих нових облика комуникационе праксе од разговора до дискурсних комплекса.

Вишедимензионалност књиге огледа се у брижљиво обликованом приступу у коме се полази од побуђивања интересовања за понуђену област, зналачки грађеној концепцији књиге и храбром савременом сагледавању могућих медијских перцепција и обликоватеља стварности.

Проф. др Добривоје Сјанојевић

У књизи *Ог знака до хипертекста*, аутори су, ослањајући се на релевантну научну литературу, консеквентно изложили и критички сагледали досадашње приступе проучавања комуникологије, и дали своје аутентично тумачење актуелних комуниколошких питања и тема, првенствено кроз залагање за увођење нових научних дисциплина, попут Методике медијског описмењавања.

Уз своју значајну теоријску димензију, књига је заокружена као модерно штиво, које актуелношћу и тематским одређењем, елаборацијом садржинских целина, а посебно својим истраживачким делом, представља новину у области комуниколошке литературе.

Водећи рачуна о неопходном одбиру тема, аутори рачунају на читаоце који, можда, тек озбиљније залазе у ове области, али и на оне који би да се упусте у приметан посао ишчитавања смисла комуникативне и медијске стварности. Отуда се у процесу обликовања књиге води рачуна о принципу поступности и прегледности. То, међутим, захваљујући, најпре, одабраној литератури, не ограничава могућност да се самостално истраживање читаоца не усмери у различитим, чак и супротним смеровима.

Проф. др Илијана Чуштура

ISBN 978-86-7604-174-9



9 788676 041749