

Vilfreda Pareta, na koga se Osovski često pozivao. Osovski je ipak skretao pažnju na jednostrano shvatanje motivacija koje imaju svoje faktičko izvorište u raznim aspektima, dimenzijama ličnosti i društvenim relacijama, shvatanje primijećeno u nekim pojednostavljenim interpretacijama vršenim na pretpostavkama istorijskog materijalizma.¹⁸⁹

Tek ako se uzme u obzir raznovrsnost faktora koji uslovljavaju društvenu djelatnost ljudi u cijeloj njenoj složenosti, može se pristupiti analizi uloge koja u društvenom životu pripada operacijama vršenim na samim simbolima i pomoću svih kategorija znakova i simbola. Uostalom, definisanje te uloge zahtijeva dalja istraživanja.

Instrumentalni oblici komunikacije prate gotovo sve kolektivne djelatnosti ljudi i ovi oblici su glavni predmet socioloških analiza. To su interakcije ostvarene u društvenim procesima, društvenim odnosima, ulogama igranim u društvenim situacijama. U njima se najizrazitije manifestuje društvena kultura, iako se ne svodi isključivo na njih.

Sfera autoteličke komunikacije, na kraju, ipak postoji. Karakter tog pojma je već djelimično definisan u vezi sa aksiološkim kriterijumom kulture. Dalja analiza tog oblika komunikacije biće povezana sa ukazivanjem na neophodna ograničenja u primjeni tog pojma. Ta autotelička ili kvazi-autotelička komunikacija, vezana za hipertrofiju semiotičkih procesa, predstavlja predmet sociologije kulture u ovdje prihvaćenom značenju.

¹⁸⁹ S.Osovski, *Iz pitanja društvene psihologije*, Djela, tom 3, str. 124 i dalje.

VIII. MODELI I FUNKCIJE SIMBOLIČKOG KOMUNICIRANJA

Pragmatički prilaz simboličkoj kulturi predstavlja glavnu, pravu oblast istraživanja društvene sociologije i psihologije. U sadašnjem stadijumu razvoja refleksije u toj oblasti sociologija crpi pojmove i interpretacijske koncepcije iz dvije različite naučne discipline: iz teorija masovne komunikacije i strukturalne lingvistike. Teorije masovne komunikacije imaju također interdisciplinarne osnove. Pored dosta čvrstih veza sa sociologijom, ne mogu se ipak smatrati za oblast sociološkog proučavanja. Teorije masovne komunikacije povezane su sa društvenim naukama, a djelimično sa prirodnim i matematičkim, dok lingvističke teorije komunikacije imaju svoje izvorište u humanističkim disciplinama, koje gravitiraju ka društvenim naukama.

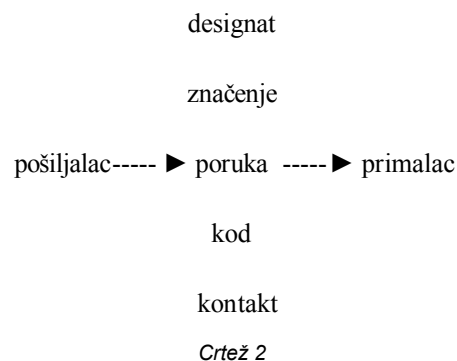
Ove dvije spoznajne orijentacije razlikuju se po tumačenju društvenih procesa. Istraživanja masovne komunikacije bave se fenomenima koji se odnose na velike društvene strukture, orijentisane su egzaktno empirijski, primjenjuju kvantitativne metode. Često služe neodložnim praktičkim ciljevima i djelimično imaju opisni karakter. Teorije koje imaju lingvističku genezu formulišu tvrdnje većeg stepena opštosti, koje se odnose na fenomene čiji modeli obuhvataju sve komunikacijske procese. Kada se prihvati, kao polazište, takva podjela na dvije ravni sociološke analize simboličke kulture, može se vidjeti da jedna od njih uzima u obzir uslovljenost te kulture fenomenima koji su predmet svake sociološke interpretacije - to su fenomeni društvene strukture sa njenim raslojavanjem, procesi društvenih preobražaja vezanih za kulturu bitisanja, dinamizam međugrupnih odnosa. Simbolička kultura je shvaćena kao zavisna od te kategorije fenomena, ali isto tako i kao faktor raznovrsnih utjecaja na njih: faktor istorijski promjenljiv i zavisan od razmatrane oblasti djelovanja.

Druga ravan pragmatičke analize simboličke kulture izdvojena je analitički, s obzirom na društvene faktore i one koji pripadaju kulturi bitisanja, čiji utjecaj na simboličku sferu je najneposredniji, povezan sa uslovima komunikacije koji je konstituišu, sa sredstvima simboličke

poruke, njihovim specifičnim odlikama i komunikacijskim svojstvima. Ova ravan može da se definiše kao neposredan društveno-tehnički okvir komunikacije u sferi simboličke kulture. Za njenu bolju spoznaju poseban značaj ima specijalizovana semiotička ili semiološka nauka, koja se razvija u okvirima nekoliko složenih humanističkih disciplina, koje obuhvataju u svojim istraživanjima i analizama pragmatički aspekt komunikacijskih procesa.

U poglavlju posvećenom semiotičkom kriterijumu kulture ocrтана je shema analize semiotičkog procesa, ali je tada služila kao osnov karakteristike i tipologije znakova. S gledišta pragmatičke teorije - u Morisovom smislu - znakovi ipak nisu samostalan predmet proučavanja, nego moraju da budu razmatrani kao faktori društvenog procesa komunikacije, dakle kao instrumenti povezivanja ljudi u semiotičkoj interakciji.

Model takvog procesa ili sistema semiotičke interakcije najčešće se predstavlja kao dinamičan sistem od nekoliko elemenata:¹⁹⁰



Zavisno od koncepcije, značenje može da bude izjednačeno sa predmetom na koji se znak odnosi, a kontekst sa kontaktom. Osnovna shema komunikacije je ipak opšteprihvaćena. Ova shema se u nekim vidovima podudara sa shemama koje konstruišu istraživači procesa masovne komunikacije. Po klasičnoj u toj oblasti Lasvelovoj formuli, istraživanje masovne komunikacije mora da odgovori na pet pitanja: ko poručuje, šta, kome, kojim kanalom i sa kojim efektom.

¹⁹⁰ R. Jakobson, *Poetika u svetlu lingvistike*; također uporedi: H. Markjevič, *Glavni problemi znanja o književnosti*, odjeljak 3.

Poređenje oba obrasca pokazuje da su njihova tri osnovna elementa, koja se nalaze na nivou ose lingvističkog modela, formalno identična. Razumljivo je da se i pošiljalac i primalac nalaze u središtu pažnje sociološki ili pragmatički markiranih teorija komunikacije. Već tumačenje poruke znatno se razlikuje u koncepcijama koje imaju različitu disciplinarnu orijentaciju. Istraživači masovne komunikacije ne udubljuju se uvijek u sintaksički i semantički aspekt znakova. Analiza poruke, koja je prije svega primjenjivana u američkim teorijama, ima prevashodno karakter kvantitativne analize sadržaja, korisne u istraživanju relativno jednostavnih informativnih poruka i proizvoda masovne kulture. Ali, ne može da bude korisna u spoznaji složenih umjetničkih ili naučnih djela. Brojanjem scena nasilja ili ubistava moguće je ukazati na sličnost između kriminalističke televizijske serije i Šekspirovih tragedija. Iako, pomoću takve analize ne mogu se odrediti odlike svojstvene Šekspirovom stvaralaštvu.

Problem istraživačkih tehnika koje služe pragmatičkoj analizi poruka simboličke kulture biće i dalje predmet refleksije. Treba naglasiti da je u društvenim naukama interesovanje za fenomene masovne komunikacije prethodilo dubokoj teorijskoj analizi samog procesa komunikacije. Istraživanja fenomena masovnih medija (*mass media*) bila su okrenuta makrodruštvenim posljedicama široke distribucije jednoobraznih sadržaja pomoću tehničkih sredstava. Pretpostavljala su, a ne utvrđivala, uni-formistički utjecaj tog mehanizma i formiranje jedinstvenog, jednoobraznog, a istovremeno atomizovanog masovnog društva.

Fatalistička koncepcija moćnog, neukrotivog djelovanja medija bila je kritikovana i modifikovana u američkim istraživanjima pedesetih godina. Tome je doprinijelo otkriće procesa dvostepenog protoka informacije, čije su karike male neformalne grupe, koje posreduju između pošiljalaca i individualnih primalaca masovnih poruka. Tu novu dimenziju uzimale su u obzir studije Lazarsfelda i Kaca, Srama, M. i Dž. Rajlija.¹⁹¹ Ipak to još nije označavalo širenje koncepcije komunikacije na sve njene oblike, jer su masovna sredstva i dalje bila glavni predmet interesovanja, a male grupe su bile razmatrane kao karike selekcije dalje poruke i eventualne ocjene sadržaja. Tek sljedećih dvadeset godina, i ne bez utjecaja penetracije

¹⁹¹ E.A. Katz, P.F. Lazarsfeld, *Personal Influence*; W. Schramm, *Process and Effects of Mass Communication*; J.W. Riley Jr., M. White Riley, *Mass Communication and the Social System*

semiotičkih koncepcija, zapaženo je povezivanje istraživanja masovnih medija sa opštom analizom komunikacijskog procesa, koja obuhvata njegovu antropološku, psihološku i lingvističku dimenziju.

Kao što je prethodno naglašeno, istraživanja masovne komunikacije često, ako ne isključivo, operisala su makrodruštvenim okvirom. To je bilo vezano za karakter medija shvaćenih kao sredstva koja djeluju na brojnu publiku čitavih zemalja, regiona ili velikih teritorijalnih zajednica. Taj makrodruštveni prilaz često u suštini nije označavao analizu slojevitih procesa komunikacije s obzirom na karakter društvene strukture. Taj prilaz je pratila koncepcija masovnog društva kao koherentne anonimne i u znatnoj mjeri pasivne, atomizovane publike. Kada su proučavane manje zajednice, tada su bile tretirane kao *pars pro toto* traženjem u njihovim okvirima odraza opštedruštvenih zakonitosti. Takva je bila interpretacija Kaca i Lazarsfelda u gradu Dekaturu ili Vornera u Jenki Sitiju.

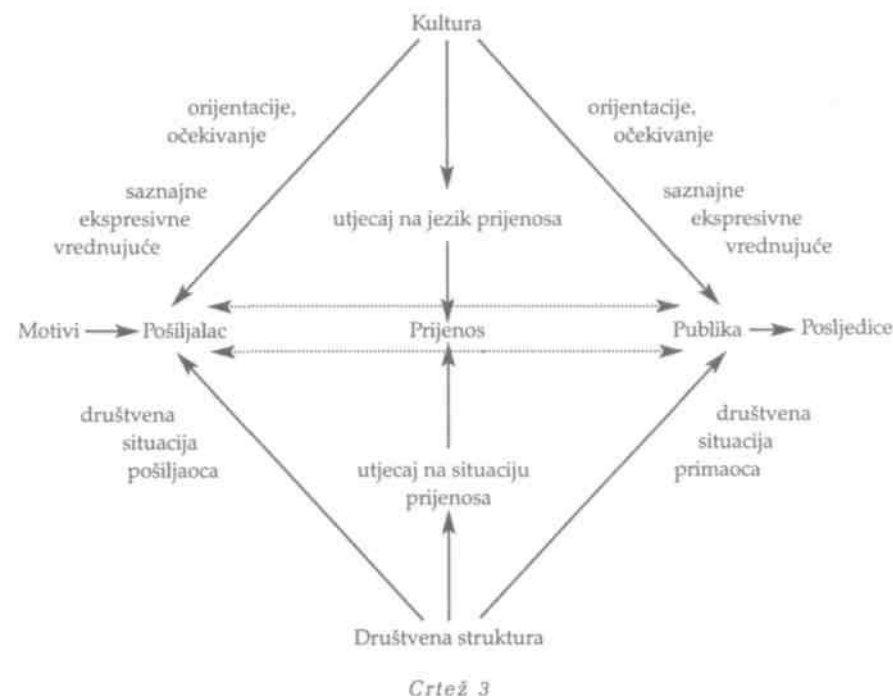
Makrostrukturalni prilaz medijima povlačio je postulat svestrane interpretacije njihove uslovljenosti i utjecaja, koja je obuhvatala vrlo različite faktore društvene strukture. Prvobitna Lasvelova formula od pet tačaka pokazala se ovdje nedovoljnom ili je zahtijevala proširenje uvođenjem svih mogućih kategorija društvene uslovljenosti. Trebalo je dopuniti Lasvelov registar pitanjem u kojim uslovima se ostvaruje komunikacija i dosta široko tretirati odgovor na pitanje ko je pošiljalac i primalac poruke. Tada je lako uključiti u okvire problema vezanih za pošiljaoca cjelokupnu problematiku organizacije komunikacijskih procesa, a primalac prestaje da bude anonimni element masovne publike, nego će biti razmatran kao član određene klase, sloja, kategorije, društvene grupe.

U težnji za svestranošću, sheme sistema komunikacije postajale su sve zamršenije i složenije. Predstavljene u obliku dijagrama, u suštini su model cjelokupne društvene strukture, gdje se na poseban način ističe mjesto medija i uloga komunikacijskih procesa u tom sistemu. Kao primjer mogu da posluže De Fluerov model, Molova dinamična shema, kao i Tjudorov model koji ovdje predstavljamo na osnovu monografije Goban-Klasa.¹⁹²

Tjudorov model, u poređenju sa drugim sličnim modelima, odlikuje relativna jednostavnost, pošto su složeni kompleksi faktora koji uslovljavaju procese masovne komunikacije (treba dodati - koji su također povratno uslovljeni procesima masovne komunikacije) nazvani u njemu

opštim pojmovima: kultura i društvena struktura. To ipak rađa teškoće u podjeli tih dviju sfera fenomena.

Model komunikacija A. Tjudora



Ako je obrazac detaljniji i potpuniji, sveobuhvatan, onda je teža i diskutabilna njegova realizacija u empirijskom istraživanju, tada je blizu univerzalnoj koncepciji međuzavisnosti svih društveno-kulturnih fenomena, koncepciji koja ima, prije svega, deklarativan karakter, a nije realan osnov operacionalizacije empirijskih istraživanja. Takvi modeli su u suštini sheme cjelokupne problematike svojstvene sociologiji, sa određenom koncentracijom na probleme masovne komunikacije kao društvene funkcije. U sadašnjoj fazi razvoja sociologije, mogu da budu jedino osnov opisne, više istorijske nego sociološke, karakteristike proučavanih fenomena.

¹⁹² T. Goban-Klasa, *Masovno komuniciranje*

Lingvistički model komunikacije mnogo jasnije izdvaja semiotičke procese iz cjeline društveno-kulturnih fenomena. Osnovni termini tog modela: poruka, značenje, kôd, nalaze se u centru pažnje istraživača i predmet su već razvijenih teorijskih razmatranja koja omogućavaju formulisanje tvrdnji sa većim stepenom opštosti nego što je to slučaj u sociološkim analizama masovne komunikacije. To omogućava činjenica da u tom prilazu procesi masovne komunikacije nisu odvajani od ostalih oblika semiotičke interakcije. To omogućava traženje zakonitosti i odlika, karakterističnih za komunikaciju uopšte.

U semiotičkom modelu komunikacije poruka se nalazi na presjeku dvije ose koje označavaju glavne linije analize cijelog procesa. Zbog znatne raznovrsnosti mogućih funkcija, poruka se uvijek nalazi u centru kao faktor, s obzirom na koji se ostvaruju proučavane funkcije. Ova posljednja tvrdnja ima poseban značaj za određivanje zadataka sociološke analize svih komunikacijskih procesa, dakle i fenomena simboličke kulture.

Odgovarajući termini za sociološku analizu nalaze se na nivou ose modela. Pojmovi *pošiljalac* i *primalac* odnose se na društvene uloge određene u procesu komunikacije i od njega zavisne. U cjelokupnoj empirijskoj stvarnosti te uloge se ne mogu odvojiti od cjeline njihovih raznovrsnih institucionalnih pokazatelja. Homansov pokušaj takve empirijske "subinstitucionalne" izolacije u odnosu na široko shvaćene fenomene ljudskih interakcija bio je neuspješan.

Također, društveni akteri semiotičke interakcije nisu izolovani od raznovrsnih faktora institucionalnih uslovljenosti, koje nisu vezane isključivo za komunikacijski karakter njihovog odnosa. Te faktore smo ovdje nazvali interakcijskim *residuima*. Sociološka analiza ne može da zaobiđe ove faktore, ako želi da u potpunosti obuhvati proučavanje pragmatičkog aspekta komunikacijskih procesa. Glavni zadatak u ovom prilazu je ipak postavljanje u centar pažnje semiotičkog procesa. Dakle, treba prihvatiti kao polazište odnos između pošiljaoca i primaoca, određen na horizontalnoj osi modela. Iz toga proističe nužnost da se uloge obje te društvene kategorije vide u odnosu na poruku i da se, sa gledišta poruke, prije svega analizira njihov karakter. U suprotnom, izgubiće se posebnost proučavanog kompleksa kao sistema komunikacije, a pošiljalac i primalac biće predmet analize jedino kao društveno-demografske kategorije, izdvojene iz konteksta dinamičnog sistema njihove komunikacijske povezanosti.

Postoje brojne monografije iz specijalističkih oblasti sociologije kulture koje se ograničavaju na takvo tretiranje socioloških varijabli komunikacijskog sistema. Takav prilaz je, na primjer, karakterističan za sociologiju umjetnosti i sociologiju nauke, a rezultat je raznih faktora. Može da proizlazi iz teorijskog stanovišta koje je prihvatio istraživač ili iz slučajnih ograničenja i teškoća prouzrokovanih složenošću predmeta koji zahtijeva ne samo sociološke, nego i humanističke, estetske ili naučne kompetencije.¹⁹³ Taj problem će biti u slijedećim poglavljima razmatran u odnosu na uže definisane oblasti simboličke kulture.

Koncentrisanje pažnje na poruku nameće, sa sociološkog gledišta, probleme koji se ne iscrpljuju u poznavanju teorije humanističkih fenomena, u čijim okvirima se nalaze raznovrsne poruke koje funkcionišu u procesu simboličke komunikacije. Sociološka istraživanja tih fenomena ne mogu i ne smiju da budu nadomjestak teorije nauke, umjetnosti, literature. Njihov zadatak nije imanentna analiza djela, već spoznaja njegove funkcije u društvenom procesu komunikacije. Ali, nije uvijek moguće obuhvatiti potpuni ciklus tog procesa koji teče, prouče između karika stvaralac-pošiljalac -> poruka -> primalac; a u optimalnoj analizi, uključujući i povratnu reakciju: primalac -> pošiljalac.

U pojedinim sistemima komunikacije veze koje treba i koje se mogu uhvatiti ograničavaju se na odnos: pošiljalac -> poruka ili poruka -> primalac, i to ne samo zbog tehničkih poteškoća, već zbog opravdanih teorijskih uzroka. Model komunikacijskog sistema koji primjenjuju lingvisti, uzimajući uvijek kao polazište poruku, raspoređuje na drugi, sebi svojstven način akcente procesa komunikacije, s obzirom na moguće primarne, glavne funkcije poruke.

Jedan od prvih primjera takve analize je psihološka koncepcija Karla Bilera, koji je uzeo tri elementa sistema komunikacije: pošiljaoca, primaoca i predmet iskaza. U skladu sa tom podjelom izdvojio je tri osnovne funkcije poruke: emotivnu funkciju, koja izražava stanje pošiljaoca, kona-tivnu ili okrenutu primaocu, koja se zasniva na navođenju na nešto i funkciju okrenutu nekom predmetu ili osobi, nazvanu referencijalnom. Roman Jakobson je taj model proširio, služeći se već predstavljenim komunikacijskim modelom od šest elemenata. Njegova analiza se odnosila na

¹⁹³ F. Znanjecki je zauzimao takvo stanovište s obzirom na svoju teoriju društvenih pojava kao posebnog dijela kulture.

funkciju literarnih poruka, ali uz neveliku modifikaciju može da bude primijenjena u analizi uopšte svih simboličkih ili semiotičkih poruka.

Po Jakobsonu, svakom elementu sistema koji je u poruci posebno ispoljen odgovara različita funkcija. Koncentrisanje na pošiljaoca ispoljava emotivnu (ili ekspresivnu) funkciju, na primaoca - konativnu (ili apela-tivnu), na designat - referencijalnu (ili spoznajnu), na kod - metajezičku, na kontakt - faktičnu funkciju.¹⁹⁴

Prve tri funkcije ne treba u uvodu posebno objašnjavati. Ako poruka izražava stanja, emocije ili misli pošiljaoca i ako je tako primana, ostvaruje prije svega ekspresivnu funkciju. Takav karakter ima lirska poezija, prepiska koja sadrži intimne iskaze autora, izjava sagovornika koja informiše o njemu, slikarski autoportret. U svakoj od tih oblasti umjetnosti stvaralac također može da izrazi sebe u drugim oblicima, prividno udaljenim od njega i njegovog stanja, koji služe isto tako potpunoj ili čak izrazitoj ekspresiji.

Poruke koje vrše konativnu funkciju odlikuje upotreba imperativa, normativnih rečenica ili - proširujući tu funkciju na apelativnu - apostrofe upućene primaocu, njegovom opisu, karakteristikama. Andre Zid je u *Nourri-tures terrestres* dao primjer konstrukcije čitavog literarnog djela na formalnom eksponiranju upravo te funkcije. Slično je učinio i Mišel Bitor. Tradicionalni romani često su sadržavali tu funkciju u obliku apela, moralne pouke upućene čitaocu. Konativna funkcija ima posebno važnu ulogu u komunikaciji koja služi praktičkim ciljevima sporazumijevanja ljudi u zajedničkom radu, borbi ili zabavi. Malinovski, predstavljajući funkcije jezika u primitivnom društvu na primjeru opisa trobrijandske zajednice, obraća posebnu pažnju na sporazumijevanje trobrijandskih ribara za vrijeme zajedničkog ribarenja, na njihovu razmjenu komandi, poziva i poruka.

Referencijalnu funkciju Malinovski pokazuje na primjeru pripovijedanja o završenom ribarenju ili dalekomorskom krstarenju. Ta funkcija se izražava u svim opisima, informativnim porukama, u naučnim djelima. Odatle potiče njen naziv "spoznajna" funkcija.

Po već spomenutoj koncepciji Malinovskog, najranijim oblicima jezičke komunikacije, pored apelativne i referencijalne funkcije, pripada i faktička funkcija. Taj termin latinske etimologije označava govornu radnju

proizišlu ne iz potrebe da se saopšti određeni sadržaj, već da se održi društveni kontakt. Fraze koje se upotrebljavaju u takvom razgovoru nisu važne po svom sadržaju. Često su to retorična pitanja koja ne zahtijevaju suštinski odgovor (Šta ima novo?, Kako si?, *Comment ça va*, *How do you do?*). Njihova svrha je da se prekine šutanje koje se, u prisustvu ljudi koji se smatraju svojim, čini neprirodnim i biva sumnjivo. To su instrumenti potvrde poznanstva, prihvatanja bliskosti sagovornika. Ponekad izražavaju osjećanje, želje za afirmacijom simboličkog opštenja u čistom obliku, za koje je sadržaj razmjenjivanih značenja beznačajan, irelevantan ili čak suvišan.

Malinovski je u svojim istraživanjima uočio da u primitivnom društvu čovjek koji šuti, a nalazi se u društvu, izaziva uznemirenje i može da bude optužen da baca čini. Slične crte imaju običaji tradicionalnih lokalnih zajednica, koje ne tolerišu distancu svojstvenu otuđenosti. Tek u razvijenim masovnim društvima otuđenost ljudi fizički bliskih je normalna pojava i prostorni kontakt ne nameće potrebu za jezičkom komunikacijom.

Povezanost faktičke funkcije sa društvenim kontaktom kao elementom lingvističkog modela komunikacije opravdava koncentrisanje socioloških istraživanja na ovu funkciju. Treba ipak naglasiti da istraživanja ne mogu da se ograniče jedino na tako usko poimanje uloge društvenog kontakta u procesu komunikacije, koje bi se svodilo isključivo na tu funkciju. Faktička komunikacija može da se razumije, prihvati kao čist oblik realizacije društvenog kontakta, ali pragmatička koncepcija simboličke kulture ne svodi se samo na taj oblik. A sociološka analiza ne može se, u odnosu na taj aspekt, zaustaviti na lingvističkom i semiotičkom prilazu fenomenima komunikacije.

Čist semiotički karakter imaju dvije ostale funkcije koje je izdvojio Jakobson. Metajezička funkcija označava skretanje pažnje na sam kod koji postaje predmet refleksije govornika. Ova funkcija se realizuje u dva osnovna oblika. To je, prije svega, oblik teorijskih razmatranja o konstitutivnim fonetskim, gramatičkim i sintaksičkim pravilima jezika i o njegovom rječniku. U skladu sa širokim razumijevanjem termina "kod", koji također može da se odnosi i na druge nejezičke sisteme komunikacije, pojam metajezičke funkcije može da se odnosi i na sve oblike analize zakona o formi proučavanog komunikacijskog sistema.

U odnosu na svaki sistem može se također izdvojiti, pored teorijskog ispitivanja pravila i zakonitosti (kao što su, na primjer, lingvističke teorije u

¹⁹⁴ R. Jakobson, *Poetika u svjetlu lingvistike*

odnosu na jezik) i opšta svakodnevna refleksija o kôdu u kojoj učestvuju njegovi praktični korisnici. Ti korisnici su ogromna većina faktičkih realizatora svih sistema komunikacije, koji mogu da se nazovu "prirodnim" u onom značenju u kojem se govori o prirodnim jezicima koji nisu tvorevina određene konvencije.

Sa sociološkog, a također i sa psihološkog stanovišta, značajna je činjenica da je kôd široko rasprostranjenih "prirodnih" sistema, a prije svega jezički kôd, predmet spontanog laičkog interesovanja. Djeca u periodu intenzivnog usvajanja maternjeg jezika, koje se, naravno, odigrava u praksi, pokazuju spontane tendencije naglašavanja koda, a to se manifestuje, na primjer, u negiranju pravila i rječnika, u monolozima koji su vrsta prakse u upotrebljavanju koda i isprobavanju njegovih raznovrsnih mogućnosti.¹⁹⁵ Metajezička funkcija pojavljuje se također u kolokvijalnoj praksi, kada je tok sporazumijevanja ometen, npr. zbog slabog poznavanja koda, što se događa u upotrebi stranog jezika.

Metajezička funkcija, ili, u širem prilazu, metasistemska, odnosi se na zakone komunikacijskih sistema, dakle, dodiruje probleme važne za sociološka istraživanja koja imaju za cilj određivanje zakonitosti raznih oblika društvene djelatnosti ljudi. Poznavanje posebnosti zakona pojedinih sistema komunikacije zahtijeva posebne kvalifikacije, koje imaju jedino predstavnici naučnih grana koje se bave tim sistemima, dakle, lingvisti i drugi teoretičari simboličke ili semiotičke kulture.

Poetska funkcija, slično prethodnoj, prije svega je predmet proučavanja teorije kulture, a ne sociologije. Ali, njen raznovrsni utjecaj na tok komunikacije i čvrsta povezanost sa aksiološkim kriterijumom simboličke kulture opravdavaju njeno mjesto u sociološkim istraživanjima kulture. Po Romanu Jakobsonu, ova funkcija se zasniva na posebnom izboru i rasporedu verbalnih iskaza, koji ne proizlaze iz potrebe za svakodnevnim jezičkim opštenjem. Posebno izrazito se ostvaruju u poeziji, koju je Jakobson nazvao čak porukom koncentrisanom na način izražavanja. Odatle potiče naziv *poetska funkcija*. Ako se uopšti njeno značenje, opravdano se može nazvati estetskom, ili formalnom, ili autoteličnom funkcijom u odnosu na samu poruku na koju se koncentriše pažnja pošiljaoca. Posljednji termin upotrebljava Markjevič.

¹⁹⁵ Takav karakter posebno imaju monolozi djece koja se nalaze u fazi učenja govora koju Žan Pijaže naziva egocentričnom fazom, uporedi: Ž. Pijaže, *Govor i mišljenje djeteta*.

Takva odlika poruke povlači za sobom razne konsekvence, o kojima će biti više riječi, prije svega prilikom razmatranja problema semiotičkog karaktera umjetnosti. Uopšteno rečeno, poetska funkcija utječe na ograničenje jasnoće znakova upotrebljivanih u poruci. S tim u vezi, može da bude ograničena referentna funkcija poruke. Neki drugi komunikacioni aspekti, na primjer sposobnost ekspresije, mogu da budu istovremeno naglašeni, obogaćeni, a ne osiromašeni.

Iz posljednjih tvrdnji se vidi da tipologiju komunikacionih funkcija ne treba tumačiti kao osnovu za empirijsku klasifikaciju poruka. Jakobson piše: "... iako je... referencijalna funkcija... osnovni cilj brojnih poruka, sporedno učestvovanje ostalih funkcija u tim porukama mora da uzima u obzir posmatrač-lingvistu".¹⁹⁶ Jedna poruka može istovremeno da vrši nekoliko funkcija, iako je u nekim porukama dominantna jedna od funkcija. Znakovi i poruke koji imaju karakter signala najčešće vrše isključivo konativnu funkciju u njenom najužem značenju.

Predstavljanjem lingvističkog modela semiotičkog procesa sa namjerom da bude primijenjen u sociološkoj analizi simboličke kulture, izvršena je određena redakcija koja treba da olakša, pojednostavi njegovu primjenu u sociološkom istraživanju. Istovremeno, taj model je modi-fikovao i to zahtijeva objašnjenje. Područje lingvističkih istraživanja je, u stvari, imanentna analiza teksta. Sfera izvan tekstualnih fenomena istraživana je samo s obzirom na njihovu vezu sa tekstom čiji karakter istraživač definiše djelimično intuitivno ili postulatивно, a nerijetko empirijski. U svojim ranim teorijskim razmatranjima Roman Jakobson je, na primjer, odvajao referencijalnu (reprezentativnu) funkciju od komunikativne. Prvu je definisao kao nužnu posljedicu konvencionalnih veza elemenata teksta sa izvantekstualnim elementima. Ta veza je nezavisna od postojanja primaoca, dakle od faktičke realizacije komunikacionog procesa.

U kasnijoj interpretaciji lingvističkih aspekata, Jakobsonova poetika operiše već potpunim komunikacionim modelom od šest elemenata, u kojem položaj primaoca ima isti značaj kao i položaj pošiljaoca. Taj prilaz se, dakle, podudara sa sociološkim stanovištem. Ipak, Jakobsonov model ne uzima u obzir probleme koji iz toga proizlaze, vezane, na primjer, za promjenu funkcije i značenja komunikata, zavisno od toga da li je razmatran s gledišta pošiljaoca ili primaoca. Proučavanje tih problema zahtijeva

¹⁹⁶ R. Jakobson, *Poetika u svjetlu lingvistike*, str.

izlaženje iz okvira analize samog teksta i njegovu kritičku interpretaciju, koja je svojstvena isključivo kvalifikovanoj, uskoj kategoriji primalaca. Također su neophodne empirijske metode primjenjivane u društvenim istraživanjima. Istraživanjima treba da prethodi konceptualizacija komunikacionog procesa sa stanovišta društvenih nauka.

Savremena književna istraživanja također često predlažu analizu literarnih fenomena shvaćenih kao proces komunikacije. Ali, razmatranje tog problema treba ostaviti za poglavlje posvećeno izabranim oblastima simboličke kulture.

Ovdje prihvatamo kratku i jasnu definiciju komunikacije koju je formulisao Gist: "Kada društvena interakcija pretpostavlja prenošenje značenja pomoću simbola, tada je nazivamo komunikacijom."¹⁹⁷ Gist, kao i mnogi drugi, upotrebljava naizmjenično termine "simbol" i "znak". Služeći se ovdje pojmom simboličke kulture, on obuhvata semiotičke fenomene izdvojene po principu semiotičkog i aksiološkog kriterijuma zajedno, dakle, semiozu sa autoteličnim funkcijama. Tvrdnje koje, kao i predmet, imaju društveni karakter simboličke kulture, odnose se također i na ostale oblike semioze.

Komunikacija je primjer semiotičkog procesa koji je *ex definitione* društveni proces. Kao oblik semiotičke interakcije, on je također *ex definitione* kulturni proces. Sljedstveno ranijim razmatranjima, nije svaka interakcija komunikacija. Takav karakter nemaju primjeri rezidualne interakcije predstavljeni u prethodnom poglavlju, raznovrsne fizičke, a kulturno određene manipulacije ljudi jednih drugima, na primjer u toku borbe, njege, vaspitanja, primjene kaznenih mjera i si. Ove radnje ulaze u sferu globalne kulture, ali pripadaju kategoriji društvene kulture. Sociologiju kulture one interesuju kao moguća kategorija određivanja slobodnih varijabli u istraživanju simboličkih pojava.

Ogromno značenje u određivanju predmeta sociologije kulture zato ima pitanje da li se svaka simbolizacija, ili, šire, semioza, zasniva na komunikaciji, to jest da li se uvijek pojavljuje u okvirima interakcije.

Određivanje odnosa procesa simbolizacije prema interakciji otežava činjenica da interakcija nema uvijek oblik aktualne interakcije u kojoj se subjekt i predmet društvenog djelovanja međusobno neposredno

dotiruju u isto vrijeme. Interakcija ne samo da može da se odigrava na razdaljini, nego u pojedinim slučajevima biva odložena. Odložena interakcija može da se odigra i u slučaju spoljnih radnji. Klopka u džungli, koju su strancima postavili primitivni ratnici ili - u doba veće razvijenosti tehničke civilizacije - avionska bomba vremenski tempirana - to su primjeri odložene interakcije ostvarene putem spoljnog ponašanja.

Posebno široko polje pojavama odložene interakcije daju procesi simbolizacije. Uz to, u mnogim slučajevima utvrđivanje odnosa određenih fenomena simbolizacije prema procesu interakcije isto je toliko teško, koliko je i važno. Ovdje će biti predstavljena tri osnovna obrasca procesa simbolizacije koji, kako nam se čini, iscrpljuju teorijski moguće varijante odnosa simbolizacije i interakcije. Definisanje procesa simbolizacije kao komunikacije, u skladu sa prihvaćenom definicijom komunikacije, istovjetno je sa prihvatanjem tog procesa kao oblika interakcije.

Da bi se razmotrila veza između semioze i interakcije, mogu se primijeniti pojednostavljeni modeli procesa komunikacije uzimanjem jedino osnovnih elemenata Jakobsonovog modela, koje također koriste istraživači komunikacije u društvenim naukama.¹⁹⁸

Prvi model pokazuje takav situacioni odnos u kome proces simbolizacije (semioze) predstavlja primjer faktičke, aktualne komunikacije. Njegova forma je slijedeća:

(designat)

Po ----- ► poruka ----- ► Pr

(kod)

Crtež 4

Po ovom obrascu, pošiljalac (Po) formuliše na inter subjektivan način poruku koja se odnosi na neki designat u prisustvu primaoca (Pr) koji je u stanju da primi poruku formulisanu u zajedničkom kodu i za pošiljaoca i za primaoca.

¹⁹⁷ Uporedi: E.G.Hartley, R.E.Hartley, *Fundamentals of Social Psychology*, str. 26; također uporedi pregled definicija i bibliografiju u: T.Goban-Klas, *Masovno komuniciranje*.

¹⁹⁸ Dolje navedena tri modela kulture predložena su sa moje strane u članku: *Proces simbolizovanja i društvena interakcija*, čiji su dijelovi ovdje navedeni. Blisko gledište zastupa studija G.Braga: *The "System of Communication" as an Intermediary Structure between Society and Language*.

Taj model može da se nazove modelom aktuelno društvene kulture, jer čin simbolizacije prati percepcija simbola, i tako se realizuje društvena radnja simboličkog karaktera. Pošiljalac je ovde subjekt ili akter, primalac -predmet, objekt ili partner interakcije.

Drugi model ima redukovan oblik:

(designat)

Po-----»- poruka

(kod)

Crtež 5

Ovaj model se razlikuje od prvog jednim, osnovnim sa društvenog stanovišta, elementom. "Pošiljalac" ovdje formuliše poruku koja se odnosi na neki designat (izvantekstualni element, kako govore lingvisti) na intersubjektivno dostupan način i u skladu sa kodom koji predstavlja sistem konvencionalnih pravila i repertoar sredstava sporazumijevanja zajednički za neku društvenu grupu. Ali, poruku ne prima odmah nijedan primalac sposoban da je primi. Ne dešava se aktuelni proces komunikacije. Ponašanje ostaje čin simbolizacije, ali čin aktuelno ostavljen u društvenom vakuumu.

U slučaju kada je poruka formulisana u intersubjektivno dostupnom obliku, ali koji nije trajan, na primjer kao glasna verbalna poruka, odsustvo primaoca poruke onemogućava njen preobražaj u čin komunikacije. Ako poruka, opet, ima trajan oblik, na primjer oblik bilješke, slike, skulpture, snimka, tada se drugi model može preobraziti u prvi model prihvatanjem drugih, širih vremenskih okvira. Tada se vrši komunikacija na principu odložene interakcije. Ali, nije sigurno da će do takvog preobražaja doći. Taj model simbolizacije nazvaćemo modelom potencijalno društvene kulture.

U pismenim društvima većina komunikacionih činova koji imaju osnovno značenje za najvažnije oblasti kulture, takve kao što su nauka ili umjetnost, realizuje se po tom obrascu. Stvaralac u takvom društvu ne proizvodi simbolički čin u neposrednom prisustvu primaoca, nego ga ostvaruje za one čiju percepciju nije u stanju čak ni da predvidi. Potencijalna (potencijalno društvena) kultura vezana je za uvođenje vremenske i prostorne distance između pošiljaoca i primaoca. Ova distanca može da se

pojavi i u slučajevima kada poruka zahtijeva dopunsku reproduktivnu interpretaciju - kao na primjer muzičko djelo, pozorišni komad, ako su u bilježenju interpretacije upotrijebljena tehnička sredstva: snimak ili filmska vrpca.

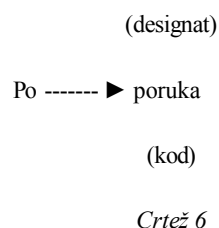
Vremenska distanca, koja je konstitutivna odlika odložene interakcije, uvodi u uslove recepcije raznovrsne elemente društvene distance, kojih najčešće nema kada se pojavljuje obrazac aktuelno društvene kulture. Na primjer, kultura seoske zajednice (*folk society*), u Redfildovom poimanju, znatno je doprinosila jedinstvu stavova pošiljaoca tipa narodnog pripovjedača, *aeda* ili *truvera*, i njegovih neposrednih aktuelnih primalaca. Komunikacija koja ima oblik odložene interakcije može da se proteže na hiljade godina; tada kategoriji primalaca pripadaju učesnici raznih kultura, subkultura i društvenih sistema, koji se po mnogo čemu razlikuju od izvorne kulture i zajednice iz koje potječe pošiljalac-stvaralac.

S gledišta sociologije kulture veliki značaj imaju razlike koje dijele, na primjer, percepciju Homerovih epova u XX vijeku od njihovih društvenih, estetskih i spoznajnih funkcija u rano helensko doba. Može se pretpostaviti da u takvom slučaju pasivnu ekspresiju, koja je dosta vjeran oblik recepcije u odnosu na intencije pošiljaoca, često zamjenjuje aktivna ekspresija ili evokacija. U sociološkoj interpretaciji, koja kulturu shvata kao funkciju stavova, ili dispozicija za djelatnost, ili naprosto kao funkciju same djelatnosti pošiljalaca i primalaca simboličkih poruka, pridaje se veliki značaj društvenim faktorima koji utječu na raznovrsnost percepcije istog djela. Zato podjela na aktuelno društvenu kulturu (model prvi) i na potencijalno društvenu (model drugi), koja se aktualizuje u odloženoj interakciji, može da bude prihvaćena kao značajan uvod u empirijsku analizu recepcije kulture.

Značaj podjele kulture na aktuelnu i potencijalnu (s obzirom na njenu primjenu u empirijskim istraživanjima) mijenja se zavisno od istorijskih uslova i tehničkih faktora komunikacije. Mogućnost postojanja komunikacije na principu odložene interakcije, vezana za trajnost poruke, ili odsustvo takve mogućnosti, imali su ključnu ulogu u promjenljivosti uslova recepcije prije pojave masovnih sredstava komunikacije, pošto je u tom periodu nastanak različitih kategorija primalaca predstavljao funkciju vremena. Vremenska distanca, kao što je već naglašeno, bila je povod za porast društvene distance između pošiljaoca i primalaca.

Sredstva masovne komunikacije, proširujući znatno prostor djelovanja simboličkih poruka, dovode do stvaranja velikih i rasutih, a najčešće heterogenih grupa publike. S gledišta raznovrsnosti stavova primalaca simboličkih poruka u odnosu na intencije pošiljaoca, prostorna distanca može da vrši slične funkcije kao i vremenska distanca. Uz to, distanca je pojava koja ne zavisi od ovdje prihvaćena dva obrasca simbolizacije; sim-bolizacija koja upotrebljava masovne medije može da ima i potencijalno društveni karakter (model drugi) - na primjer, štampa i film, i aktualno društveni (model prvi) - radio i televizija.

Obrazac potencijalno društvene kulture bio je prethodno razmatran prije svega s gledišta njegovog preobražaja u obrazac komunikacije na principu odložene interakcije. Prvenstveno sa takvog stanovišta on interese sociologa kulture, koji je usredsređen na praćenje komunikacijskih procesa. Ipak, taj obrazac, koji u svojoj prvobitnoj formi predstavlja samo eventualnu pripremu fazu komunikacije, istovremeno je i predmet sociologije kulture koja proučava stvaralačke procese. Nezavisno od toga, stvaranje takvog obrasca je, naravno, neophodno za analitičku podjelu kulture, koja se izražava u aktualnom društvenom procesu i potencijalno društvene kulture koja aktualno ne predstavlja čin komunikacije. U daljoj analizi neophodno je izdvojiti još i treći model simbolizacije:



Simbolička poruka je u ovom slučaju formulisana u skladu sa konvencionalno formiranim kodom i odnosi se na neki designat koji je različit od same poruke. Ipak, poruka nije formulisana na intersubjektivno dostupan način, već ima intrasubjektivni karakter; nema ni aktualno, a čak ni potencijalno oblik komunikacije. Ovaj proces se može spoznati jedino putem introspekcije. Čini se da to ipak nije dovoljan povod koji bi opravdao njegovo eliminisanje u razmatranjima o mogućim oblicima simbolizacije. Brojna svjedočanstva stvaralaca simboličke kulture govore o tome da im

proces intrasubjektivne simbolizacije oduzimaju mnogo vremena i da ih iscrpljuju psihički, što je u čvrstoj vezi sa njihovim ispoljenim, objektivizovanim stvaralaštvom. Ovi procesi predstavljaju pripremu, embrionalnu fazu kulture i odatle potječe njihov posredni i mogući društveni značaj. Taj model simbolizacije biće nazvan *obrascem skrivene kulture*, pošto se odnosi na simbolizaciju koja nema društveni karakter, ni aktualno, ni potencijalno.

Da bi skrivena kultura dobila makar potencijalno društveni karakter, mora da bude prekoračen prag intrasubjektivno dostupne ekspresije. Taj prag prelaze pojedini čini intrasubjektivne simbolizacije. U sferi skrivene kulture često ne postoji granica između sanjarenja (*day-dreaming*) neurotičara i pripremnog misaonog rada umjetnika.

Podjednako, i u slučaju skrivene kulture, kao i u slučaju potencijalno društvene, postoji empirijska podjela procesa simbolizacije i interakcije. O sferi skrivene kulture može da se kaže da nije povezana sa društvenom sferom. Empirijski izdvojena kategorija kulturnih fenomena koji nemaju društveni karakter šira je od sfere društvenih fenomena empirijski odvojenih od kulture. Njen društveni značaj je, naravno, samo posredan. Vezan je za pripremu ulogu koju, u odnosu na aktualno društvenu kulturu, može da vrši njena skrivena i potencijalna faza. Proces simbolizacije, koji se nikada ne bi aktualizovali društveno ili ne bi makar posredno utjecali na aktualnu kulturu, ne bi, naravno, imali nikakvu društvenu ulogu.

Ipak, prilikom empirijskog utvrđivanja izdvojenosti takvih procesa u odnosu na interakciju treba skrenuti pažnju na još jedan aspekt. Preciznosti radi treba reći: iako u drugom i trećem modelu simbolizacije ljudska djelatnost nema aktualno društveni karakter, ona je formirana kroz minulo ljudsko iskustvo. Simbolizacija, ili značenjsko ponašanje, čak i u skrivenoj kulturi teče po nekom kodu, a svaki kod, s obzirom na svoj konvencionalni karakter, ima društvenu genezu. Dakle, i skrivena kultura je genetski društvena.

Iako su mnoga kulturna djela izolovana, njihov kod ima društveni karakter. Ponašanje koje podsjeća na proces simbolizacije, ali se ne zasniva na određenom kodu prihvaćenom u određenoj društvenoj sredini, bilo bi samo - kao u Magbetovoj rečenici - priča idiota, puna buke i bijesa, koja ne znači ništa (*a tale told by an idiot, full of sound and fury, signifying nothing*).

Ove tvrdnje se odnose prvenstveno na jezik riječi kao instrument komunikacije. Ali, ako se prihvati premissa o postojanju simbolizma izvan

riječi i o ekspresivnim funkcijama likovne i muzičke umjetnosti, koje se smatraju semiotičkim sistemima, one mogu da se odnose na sve oblasti simboličke ekspresije. Ali, u razmatranju procesa simbolizacije s gledišta umjetničkog stvaralaštva, proces utvrđivanja koda i njegovog preoblikovanja vrlo je složen. Čak i u oblasti jezika moguće je individualno stvaranje novih kodova. Takav karakter imaju "vještački" jezici. Faktičko funkcionisanje tih kodova zahtijeva ipak njihovo prihvatanje i poznavanje u okvirima neke društvene zajednice. Sigurno je slično i sa promjenljivim i manje jasno određenim kodovima raznih oblasti umjetnosti.

Genetički društveni utjecaji izražavaju se ne samo u konvencionalnom karakteru koda, već i sadržaju poruke. Ova vrsta zavisnosti predmet je istraživanja sociologije kulture koja se odnose na simboličko stvaralaštvo i na sadržaj simboličkih poruka. Sa te tačke gledanja nije važno da li proučavana poruka ima karakter široko dostupne komunikacije ili pak oblik potencijalne kulture za sve moguće primaocce, isključujući samog istraživača. Skrivena kultura, naravno, može da bude dostupna samo u introspekciji, istraživač može da dođe do nje isključivo na principu autoopservacije ili kroz introspektivna svjedočanstva drugih osoba. Ali, u istraživanju procesa recepcije kulture uzima se u obzir jedino aktualno društvena kultura, koja je razmatrana s gledišta njene funkcije u procesima interakcije.

Dakle, zadatak sociologije kulture je utvrđivanje veza između interakcije i njenih raznovrsnih sistema i procesa simbolizacije u dvojakoj ravni: u genetičkoj sferi i u sferi aktualne komunikacije. To je slijedeća tačka u analizi problema sociologije kulture.

Formulisana u predstavljenim modelima, podjela interakcije i semioze je najdalja moguća delimitacija društvenih i kulturnih fenomena koja se može postići predstavljanjem procesa komunikacije u opštim, apstraktnim terminima. Ovi modeli su dobri u empirijskoj analizi vršenoj i na istorijskom materijalu, kao i na podacima iz aktualnih socioloških istraživanja.

IX. DRUŠTVENA SITUACIJA I SREDSTVA KOMUNIKACIJE

U prethodnom poglavlju predstavljeni modeli simboličke komunikacije mogu da se prihvate kao određivanje programa sociologije kulture u njegovom najjednostavnijem obliku. Njihov redukovani karakter je uočljiv, prije svega, u poređenju sa složenim shemama komunikacijskog procesa koje predlažu Umberto Eko, Mol ili neki drugi istraživači masovne komunikacije.

Dobra strana predstavljenog redukovanog modela jeste da se pomoću njega izdvajaju tri osnovna predmeta sociologije kulture. Prvi predmet su pošiljaoci stvaralački proces, drugi je djelo-poruka, a treći su primaoci i proces reprodukovanja poruke u društvenoj svijesti. Oblasti istraživanja izdvojene na taj način moraju, naravno, biti stavljene u širi kontekst društvene situacije. Obuhvatanje cjelokupne problematike sociologije kulture, koju određuju razvijeni univerzalni modeli, vrlo je širok i težak zadatak i prevazilazi istraživačke sposobnosti čak i velikih naučnih timova. I zato modeli koji pokušavaju da obuhvate kompletnu problematiku komunikacijskih procesa ostaju, najčešće, samo sheme koje ne ulaze u fazu empirijske realizacije, a nisu ni primjenjivani u analizi postojećeg istorijskog materijala.

Redukovani modeli koje smo ovdje prihvatili mogu biti polazište za analizu najosnovnijih, ali ne i najkompletnijih uslova koji određuju procese realizacije simboličke kulture u konkretnim istorijskim okvirima društvene kulture i kulture bitisanja.

Model aktualno društvene kulture je u ovoj raspravi glavni instrument analize, jer je najbliži sociološkim kompetencijama i interesovanju. Realizuje se u djelatnostima čiji obrazac obuhvata potpun tok procesa komunikacije, koji počinje od pošiljaoca, a završava se na primaocu. Podjela na model i obrazac je u skladu sa koncepcijom Znanjeckog, koji u *Social Actions* obrazac naziva empirijskim ekvivalentom modela koji je logički izraz obrasca. Može se, također, reći da obrazac predstavlja apstrakciju koja je u samoj stvarnosti kao *universalium in re*, ali poslije apstrahovanja

engleska sociologinja Margaret Archer (v. 2. poglavlje, paragraf 4.8) u svom djelu *Društveni korijeni obrazovnih sustava* (1979). Vodeći računa o raznim razinama djelovanja, o strukturama i mnoštvenosti faktora koji sudjeluju u obrazovnom procesu, Archer drži da prednost ne treba dati ni aspektu strukturalne uvjetovanosti, ni aspektu neovisnog djelovanja, već da treba voditi računa o uzajamnoj međuovisnosti tih različitih dimenzija. Archer posebno ističe da je u povijesti uvijek postojalo mnoštvo profesionalnih i političkih grupa koje su nastojale nadzirati obrazovne sustave i da u obrazovnim sustavima, ovisno o društvenom kontekstu, postoje manje ili više centralizirani oblici. Na osnovi *morfogenetičkog modela*, koji je kasnije razvila, Archer analizira interakciju između *makrorazine* (ili struktura društvenog sustava) i *mikrorazine* (djelovanja na individualnoj ili grupnoj razini), pokazujući kako djelovanje nije samo uvjetovano strukturama već da je ono i stalni element preobrazbe obrazovnog sustava (usp. Archer, 1982, 1987).

Razni su se autori, pozivajući se na karakteristike društvenih promjena u suvremenim razvijenim društvima, na više načina pozabavili problemom odnosa društvene pokretljivosti, klasne strukture i procesa diferencijacije obrazovnih mogućnosti, koji je proučavao već Pitirim Sorokin (1927; v. 2. poglavlje, paragraf 2.4). Među njima ističemo radove Davida McClellanda (1962), Jamesa Colemana (1966) i Raymonda Boudona (1973), analize Marzia Barbaglia o odnosu između nezaposlenosti intelektualaca i školskog sustava u Italiji (1974), istraživanja o učiteljima i društvenim promjenama Vincenza Cesarea (1976) i Alessandra Cavallija (1992), istraživanja o društvenim vrednovanjima poslova i distribuciji društvenih nejednakosti Antonia De Lilla i Antonia Schizzerotta (1985) i analize problema povezanih s individualnim izborima obrazovnih usmjerenja Diega Gambette (1987).

5. Procesi i sredstva komunikacije

U ovom ćemo odjeljku posebno ispitati jedno područje proizvodnje i distribucije kulture koje je zadobilo veliku važnost u suvremenom društvu, a to je područje koje se općenito označava izrazom "sredstva masovne komunikacije" ili *masovni mediji*. Prije nego li se izravno pozabavimo s tim fenomenom, bit će korisno zadržati se na općem pojmu *komunikacije*.

5.1. Pojam komunikacije

Termin *komunikacija* podrazumijeva proces putem kojeg jedan ili više pojedinaca, ili *emitenti*, prenose određene *informacije* ili *značenja* drugim pojedincima ili *primateljima*. Radi se dakle o procesu *simboličke interakcije* u kojemu se mogućnost prijenosa poruka ozbiljuje na osnovi *znakova* sukladno zajedničkim kulturnim i društvenim *pravilima*, odnosno sukladno *kodovima* konvencionalno uspostavljenima na temelju upotrebe ili prethodno odabranih kriterija (usp. Wieman-Giles, 1988; Ghigliione, 1986; Galimberti, 1992; Bettetini, 1994; v. 4. poglavlje, paragraf 6).

Znakovi mogu biti *verbalne* prirode, kao u jezicima svakodnevnice uporabe (konverzacija) ili jezicima specijalističkog tipa (jezične razmjene unutar znanstve-

nog i tehničkog diskursa), ili pak *neverbalne* prirode, posredstvom geste, mimike, slike (npr. prometni znakovi, odjeća, likovne umjetnosti, reklamne slike, itd.) te neartikuliranih zvukova (npr. uzvici, mrmljanje), glazbenih ili nekih drugih zvukova.

Među raznim teorijskim modelima koji se koriste pri analizi procesa komunikacije možemo istaknuti barem tri. Model *podražaj-odgovor*, koji se nadahnjuje biheviorizmom i još mehaničkim obrascima informacije (npr. termosta). U tom modelu razlikuje se pet elemenata raspoređenih u linearnom poretku: izvor informacije, kodifikator poruke, transmisijski kanal, dekodifikator, primatelj ili recepijent poruke (usp. Shannon-Weaver, 1949).

Model *dijaloškog tipa* u kojemu se naglašava razmjena između dvaju međusobno djelujućih aktera, shodno cirkularnosti u kojoj se komunikacija smatra rezultatom djelovanja obojice (usp. Galimberti, 1992).

Model *pragmatike ljudske komunikacije*, koji proces komunikacije također promatra sukladno nelinearnom obrascu zasnovanom na neprekidnom odvijanju akcije i reakcije među komunicirajućim pojedincima. Taj se model, koji ponajviše naglašava složene psihološke dinamike prisutne u komunikacijskom procesu, temelji na stanovitim temeljnim pretpostavkama: a) ne može se ne komunicirati: svako je ponašanje neka vrsta komunikacije, čak i jednostavna činjenica da se ne govori i ili ne obraća pažnja na drugoga zapravo komunicira poruku "ne želim s tobom komunicirati"; b) svaka komunikacija posjeduje određeni *sadržaj* i određeni *relacijski* aspekt i taj potonji tvori *meta-komunikaciju* koja poruku kvalificira, odnosno označava modalitete pomoću kojih se poruka smatra prenesenom: ne-kome mogu uputiti pogrdi iz šale, na srdačan način ili kako bih ga povrijedio, a to će ovisiti jedino o intonaciji, gestualnom izrazu i mimici kojima popraćujem svoj verbalni izraz; c) svaki odnos između dviju ili više osoba očituje se kao niz sekveneci u nekom *kontinuumu* i njegovo se značenje može interpretirati samo pomoću *interpunkcije*, odnosno relativno arbitrarnom selekcijom na osnovi koje se neki komunikacijski izraz smatra *uzrokom* određenog ponašanja. U stvarnosti je svako ponašanje istodobno i *uzrok* i *posljedica* ponašanja drugih, kao se što to primjerice pokazuje u cirkularnom odnosu dviju stalno posvađanih osoba; d) komunikacijske razmjene mogu biti *simetrične*, ako se odnos s drugim odvija na paritetnoj razini, ili *komplementarne*, kada jedan od sudionika u odnosu zadobije nadmoćan položaj, *one-up*, dovodeći drugoga u podređeni, *one-down* položaj (usp. Bateson, 1972; Watzlawick, 1967).

Model pragmatike komunikacije nesumnjivo dopušta prihvatljiviju analizu komunikacijskih procesa u njihovoj interaktivnoj kompleksnosti kao i bolje razumijevanje značajnog utjecaja što ga na takve procese vrše kulturni kontekst i društvene strukture. Isticanje metakomunikacijske dimenzije prisutne u svakoj komunikacijskoj razmjeni, posebno je pokazalo kako svaki prijenos poruka, pored verbalnog izraza, odlikuje semantička konvencija (*numerički* modul) i neverbalni kod (*analogijski* modul) zasnovan na kulturnim elementima koji su se duboko usjekli u modalitete interpersonalnih odnosa (usp. Zani-Selleri-David, 1994, 18).

Ako se komunikacija razmatra s obzirom na *masovne medije* tada valja imati na umu već spomenuto Luhmannovo razlikovanje dvaju tipova sistemske formacije: sistem *interakcije* i *societarni* sistem, kojemu odgovara razlika između *percepcije* i *komunikacije* (v. 2. pogl., par. 2.5).

Na razini *interakcije* subjekti su fizički prisutni i uzajamno se percipiraju na izravan način, pa u tom slučaju komunikacijska dinamika ima neposredan vremenski karakter. A na *societarnoj* razini komunikacija se događa i među osobama koje mogu biti prostorno i vremenski odvojene. Komunikacijska je razmjena u tom slučaju, složenija i posredovana apstraktnijim kodovima te stoga iziskuje više vremena za razradu i teže ju je kontrolirati.

Pojam *komunikacije* u Luhmannovom shvaćanju upućuje zapravo na razmjenu među velikim brojem osoba koje su različito raspoređene u društvenom prostoru i nisu nužno u međusobnom kontaktu, odnosno na pojam *mase*.

Pojam mase apstraktne je naravi jer označava neorganizirani skup pojedinaca koji se promatraju na temelju stavova, predodžaba i ponašanja *prosječnog* tipa, ne nužno podudarnih s konkretnim ali indikativnih za relevantne statističke tendencije među većinom članova nekog društva. Kao što je primijetio Simmel, masa "se ne temelji na osobnosti svojih članova već samo na onim dijelovima koji ujedinjuju jedne s drugima i izjednačuju se s najprimitivnijim i najnižim formama organske evolucije" (Simmel, 1917, 68).

Pojam mase pojavio se u XIX. stoljeću uslijed dubinskih promjena koje su se dogodile u socijalnom tkivu industrijaliziranih društava: propadanje tradicionalnih zajednica zasnovanih na lokalnim vezama, fenomen koncentracije sve većeg broja osoba u urbanim aglomeracijama, društvena podjela rada, visok stupanj društvene pokretljivosti i pojačano prostorno premještanje doveli su do izolacije pojedinaca i društvene fragmentacije, koje masu uobličuju kao amorfan i nestrukturiran skup, obilježen visokim stupnjem pasivnosti zbog onemogućenosti individualne kontrole sve kompleksnijeg i diferenciranijeg društvenog sustava. U međuvremenu se masa pojavila kao realnost kojom centri političke i ekonomske moći mogu lako manipulirati i kao matrica revendikativnih i protestnih društvenih pokreta protiv postojećeg poretka, koje karakterizira visoka emotivnost te ih je stoga teško predvidjeti i nadzirati.

Od pojma mase razlikuje se pojam *publike* (*audience*) koji upućuje na manji ili veći broj osoba primatelja namijenjene im poruke. Mogućnost određenja publike mijenja se ovisno o situaciji: lakše je definirati publiku političkog kluba ili kazališta nego televizijsku publiku. Publika može biti više ili manje homogena ili nehomogena, ovisno o tome je li poruka namijenjena specifičnim društvenim kategorijama koje se razlikuju po dobi, spolu i profesiji i tako dalje, ili je upućena svim članovima jednog ili više društava.

Masa ili publika mogu biti više ili manje *aktivne* ili *pasivne* ovisno o prisutnosti ili neprisutnosti organiziranih grupa koje se nameću kao predstavnici mase ili publike (npr. udruženja potrošača, korisnika TV programa itd.); kad neki, čak i vrlo brojni skup osoba na neki *način* uspije organizirati svoje djelovanje kako bi postigao *specifične ciljeve*, on teži da se pretvori u *pokret* ili *interesnu grupu*.

U tom se pogledu čini problematičnim određenje fenomena *javnog mnijenja*, odnosno mogućnost da se zahvate općenito prihvaćene prosudbe i usmjerenja velikog broja osoba: masa se u tom slučaju može pojaviti kao aktivna snaga koja je u stanju primijeniti politički, ekonomski ili kulturni pritisak, pa čak i korištenjem sredstava komunikacije (usp. Habermas, 1962). Kao što je poznato, danas upravo ispitivanja javnog mnijenja pokušavaju statistički ustanoviti struje ideja i stavove masa.

5.2. Sredstva masovnog priopćavanja

Na osnovi prethodno razjašnjenih pojmova sada možemo pristupiti ispitivanju procesa kulturne proizvodnje do kojih je u suvremenom društvu dovelo sve veće širenje sredstava masovnog priopćavanja: tisak (dnevni, tjedni, mjesečni, manifesti, stripovi itd.), radio i televizija, film (po onim aspektima koji nisu dio umjetničkog stvaralaštva), ploče, video kazete, široko rasprostranjene računalne mreže (npr. Internet, CD-rom, itd.).

Veliki porast izvora prijenosa informativnih, narativnih ili glazbenih sadržaja i dostignuti stupanj njihove rasprostranjenosti smještaju oblike medijske kulturne proizvodnje među najvažnije nosioce socijalizacije, tako da su oni danas u mnogo čemu premoćni u odnosu na tradicionalne čimbenike socijalizacije kao što su obitelj, crkva i škola. U stvari, kao što ćemo vidjeti, tradicionalni čimbenici zadržavaju svoju relevantnost, ali je jednako tako istina da je prvenstveno televizija postala jednim od glavnih izvora konstrukcije društvene zbilje, time što širi obrasce ponašanja, životne stilove, potrošačke navike, predodžbe društvene i prirodne stvarnosti, politička mnijenja i tako dalje.

Valja posebno imati na umu da svjetska difuzija nekih proizvoda sredstava masovne komunikacije utječe na zemlje koje nisu dostigle one društveno-ekonomske uvjete koje imaju društva odakle sredstva masovne komunikacije potječu, često stvarajući neravnotežu i kontraste naspram lokalnih kultura, potičući očekivanja koja se u zadanim okvirima još ne mogu zadovoljiti i otvarajući prostor za anticipatorske učinke čije se posljedice mogu lako predvidjeti.

Razne organizacije koje u današnjim društvima upravljaju sredstvima masovnog priopćavanja (javne i privatne radio-televizijske ustanove, izdavačke kuće, novinske redakcije itd.) u velikoj mjeri odražavaju ekonomske i političke interese javnih i privatnih grupa koje tumačenjem i komentiranjem raznih povijesnih događaja i raznih društvenih procesa proizvode usmjerenja i vrijednosti spoznajnog, moralnog, estetskog i religijskog tipa.

No, masovni mediji ne prenose samo, implicitno ili eksplicitno, sadržaje što ih proizvode razne društvene grupe, već također mogu postati relativno neovisnim izvorima proizvodnje značenja, te se tako uspostaviti kao autonomni centri odlučivanja i moći, odnosno kao *četvrta moć* uz bok političkoj, sudskoj i ekonomskoj moći.

Sociologija komunikacijskih procesa počela se osobito razvijati od četrdesetih godina dvadesetog stoljeća, luko se problemom masovne propagande pozabavio već Harold Lasswell (1927), koji je usmjeravajući istraživanje komunikacije, pos-

tavio sljedeća pitanja: *tko, što govori, kroz koji kanal, kome, s kakvim učinkom?* (usp. Lasswell, 1948). Razna istraživanja, koja su neposredno po svršetku Drugog svjetskog rata provedena prije svega u Sjedinjenim Državama, s jedne su strane sredstva masovnog priopćavanja promatrala kao instrumente informacija i kao unapređivanje procesa društvene komunikacije. Njihova se funkcija sastojala u tome da pospiješe sve veću participaciju u političkom i društvenom životu, homogeniju kulturalizaciju raznih društvenih slojeva i viši stupanj integracije i suglasja (usp. Wirth, 1948; Lazarsfeld-Merton, 1948; Lasswell-Leites, 1949; Janowitz, 1952; Katz-Cartwright-Eldersveld-Lee, 1954).

No, s druge strane, brojni su drugi autori naglasili funkciju masovnih medija u manipulaciji svijesću i ideološkoj integraciji, kao instrumenata kontrole što je vrše elite moći te političke i ekonomske interesne grupe. Iz te druge perspektive Horkheimer i Adorno su pedesetih i šezdesetih godina prokazivali ideološki sadržaj sredstava masovnog priopćavanja kao i u "nasilni" karakter njihova utjecaja na svijesti. Prema tim autorima, *kulturna industrija*, odnosno organizirana proizvodnja kulture zasnovana na pretežno ekonomskim i političkim interesima, očituje se kao anonimna snaga koja se skriva iza tobožnje neutralnosti temeljene na empirijskim ocjenama stvarnosti (usp. Horkheimer-Adorno, 1947). Glavna se funkcija tih industrija sastoji u tome da mase pouče konformizmu, podvrgavajući cenzuri svaki nesložan glas. Da bi zadobila takvu ovisnost masa sredstva komunikacije ne skanjuju se od pritiska na osjećaje i primarne želje pojedinaca, koji su utoliko otuđeniji što ponudena kulturna dobra više potvrđuju postojeći poredak: "Da se u samo jednoj rečenici sažela imanentna tendencija ideologije masovne kulture trebalo bi je predstaviti parodirajući uzrečicu 'Postani ono što jesi', kao udvostručenje i vrhunaravno opravdanje situacije kakva god da jest, ukidajući bilo kakvu perspektivu transcendencije ili kritike" (Horkheimer-Adorno, 1956, 225). Sličnu je kritiku uputio i Herbert Marcuse, optužujući masovne medije za stvaranje "lažnih potreba" koje su u funkciji logike potrošačke proizvodnje (usp. Marcuse, 1964).

Svoj prilog produbljivanju prirode kulturne industrije daje u istom razdoblju i Edgar Morin koji masovnu kulturu analizira kao podsustav šireg kulturnog sustava društva. Prema Morinu, kulturna industrija, promicanjem hedonističkog obrasca neposrednog uživanja, razbibrige i komfora, privatnog individualizma i potrošnje, nagrizala tradicionalne vrijednosti buržoaske etike usmjerene prema radu i relativnoj strogosti navika. Morin drži da masovnu kulturu treba analizirati u povezanosti s cjelinom, odnosno promatrati njezin odnos s raznim kulturnim područjima i raznim društveno-povijesnim kontekstima. U kulturnoj industriji postoje homogenizirajuće tendencije, vezane uz birokratsku strukturu medijskih organizacija, kao što su to primjerice dnevne novine. Te tendencije dolaze u sukob i s potrebama za individualizacijom prisutnima u kulturnoj potrošnji, i s raznolikošću sadržaja: termin *sinkretizam*, koji ukazuje na pokušaj pomirbe heterogenih elemenata, prema Morinu, najbolje opisuje orijentaciju samih masovnih medija (usp. Morin, 1962; Livolsi-Rositi, 1988).

Drugi su pak autori (Wilson, 1961; Larsen, 1968) svoju kritiku razvili prepoznavajući u masovnim medijima faktor propadanja primarnih odnosa i slabljenje poštivanja tradicionalnih normi i vrijednosti. Umjesto da promiču autentično

sudjelovanje, ta sredstva u konačnici izoliraju pojedince, uzdižući materijalne vrijednosti i neprestance podastirući slike nasilja. I drugi su autori osobito naglasili učinke propagandne manipulacije javnim mnijenjem i tendenciju k političkom monopolu, usmjerenu na neutralizaciju opozicionih gledišta (Mills, 1956; Kornhauser, 1960; Key, 1961; McQuail, 1994).

Pažljiviji stav o složenim procesima utjecaja i ambivalentnom karakteru njihovih rezultata sadržan je, međutim, u poznato istraživanju Eliha Katza i Paula F. Lazarsfelda *Osobni utjecaj u masovnim komunikacijama* (1955). Tijekom niza istraživanja o dinamici unutar malih grupa i o načinima stvarnog provođenja utjecaja, ti su autori pozornost preusmjerili od sadržaja poruka i tehnika njihove distribucije na promatranje društvenih uvjeta, sustava odnosa i vrijednosnih uporišta unutar kojih se odvija recepcija raznih poruka. Ta je analiza omogućila da se ponajprije pokaže kako se sadržaji prenesenih poruka stalno reinterpreteriraju unutar kulturnog konteksta primatelja, tako da se homogeni utjecaj sadržaja ne može uzeti zdravo za gotovo jer da se samo neki njegovi elementi odabiru i filtriraju na temelju kulturnih usmjerenja definiranih primarnim procesima socijalizacije. Dakako, tendencijski se primaju ponajviše one poruke koje na neki način potvrđuju već prihvaćene ideje.

Međusobni su odnosi *sidrišta* za mišljenja, stavove, *habituse* i vrijednosti koji se prenose upravo putem *mreže interpersonalne komunikacije*. Na toj su osnovi Lazarsfeld i Katz razvili svoju hipotezu o dvjema razinama tijeka komunikacije (*two steps flow of communication*): s jedne strane, interpersonalne su mreže povezane s mrežama masovnih medija, tako da neke osobe, relativno izloženije utjecaju tih sredstava, drugima koji su manje izloženi prenose ono što vide, čuju ili čitaju. Primarne grupe u tom slučaju služe kao kanali komunikacije masovnih medija. S druge strane, interpersonalni se utjecaji mogu podudarati s masmedijskim porukama, vršeći *funkciju* njihova *osnaživanja* (usp. Katz – Lazarsfeld, 1955, 44).

Prisutnost prestižnih *lidera* mnijenja unutar grupe (npr. otac ili majka u obiteljskoj grupi, spontani lider u grupi prijatelja itd.) čini se, uostalom, odlučujućom u procesima selekcije i valorizacije poruka: "Iako se može činiti paradoksalnim, što se bliže promatra funkcioniranje sredstava masovnog priopćavanja, to se više zapaža kako njihovi učinci ovise o složenoj mreži kapilarnih osobnih i društvenih utjecaja." (usp. Lazarsfeld, 1963, 876).

Istraživanje Katza i Lazarsfelda pokazalo je kako je neki izvor utjecaja, kao što je primjerice televizija, teško odvojiti od drugih tipova kulturnog i društvenog utjecaja povezanih s položajem pojedinca u pripadnom društvu, s njegovim odnosima s referentnim grupama, s kulturnim tradicijama i tako dalje. U tom se kontekstu ocjena stvarnog dosega kulturnih učinaka sredstava masovne komunikacije čini znatno problematičnijom nego što je u početku izgledalo.

Osobitu pozornost na složene procese što ih je potaknuo rastući utjecaj masovnih medija obratila je teorijska i metodološka perspektiva koju je šezdesetih godina u Velikoj Britaniji promicao već spomenuti *Centre for Contemporary Cultural Studies* u Birminghamu (vidi 2. poglavlje, paragraf 4.7). Poimajući kulturu ne samo kao skup *značenja* i *vrijednosti*, već i kao skup doista ozbiljenih *praksa* koje izražavaju značenja i vrijednosti, predlaže se analiza masovnih komunikacija u

terminima dijalektike koja se uspostavlja između društvenog sustava, kontinuiteta i mijena kulturnog sustava te struktura moći (usp. Hall, 1980; Wolf, 1994, 108). Tako se pokazuje kako kulturni obrasci što ih proizvode sredstva komunikacije nisu samo superstrukturalni odraz društvenog konteksta, već i tvorački element kulturne izgradnje i konstrukcije društvene zbilje. Mediji ne izražavaju samo logiku društvene kontrole od strane moći, već su i "poprište dogovaranja između krajnje različitih komunikacijskih praksa" (Wolf, 1994, 109). Stoga je teorije koje su u prošlosti predskazivale poopćene masifikacije trebalo podržati radikalnoj kritici (usp. Peterson, 1979, 148; Peterson-Di Maggio, 1975).

Od sedamdesetih godina istraživanje sredstava komunikacije osobito je pozornost posvetilo semiotičkim aspektima i izražajnim strukturama poruka, ukazujući na važnost raznovrsnih semantičkih i tehničkih faktora poput slika, glazbene podloge, vrsta komentara, uvjeta recepcije, strategije uključivanja gledatelja itd. (usp. Eco, 1975; Casetti, 1980; Wolf, 1994, 100). Tako se, mada neizravno, potvrdila tvrdnja Marshalla McLuhana: "Medij je poruka". Tom formulom, koja je polučila veliki uspjeh, McLuhan je želio istaknuti da "individualne i društvene posljedice svakog medija, to jest svakog protegnuća nas samih, proizlaze iz novih omjera što ih u naša osobna pitanja unosi svako od tih protegnuća ili svaka nova tehnologija" (McLuhan, 1964, 15).

U tom kontekstu obilježenom porastom broja privatnih televizijskih i radio postaja uz one koje nadziru javni čimbenici, usavršile su se tehnike istraživanja i unaprijeđene su kvalitativne studije i etnografska istraživanja o društvenoj upotrebi televizije. Preuzevši tematiku koju su naznačili Katz i Lazarsfeld, ta su istraživanja produbila analizu procesa utjecaja, pribjegavajući i modelima simboličkog interakcionizma i etnometodologije, kako bi se razumjeli načini na koje kako "društveni akteri koriste sredstva komunikacije za konstrukciju svoje društvene zbilje" (Lull, 1980, 197). Tako se pokazao *polisemički* karakter poruka i velika raznolikost procesa njihovog dekodificiranja odakle proizlazi mnoštvo interpretacija i različitih upotreba (Hall, 1980; Fiske, 1986, 1987; Morley, 1986; Jensen, 1987; Mancini, 1991; McQuail, 1994; Bechelloni, 1995).

U sklopu ove kompleksne problematike pristupilo se i pitanju podržavaju li sredstva masovne komunikacije društvenu i političku participaciju, ili navode na pretežno pasivan i apsentistički stav i u tom se slučaju moralo priznati kako nije moguće odvojiti utjecaj medija kao takvih, već da je on blisko povezan s uvjetima njihove recepcije i načinom njihova korištenja. Televizijski medij očituje karakterističnu dvoznačnost s obzirom na problem participacije jer on istodobno predstavlja stvarnu mogućnost širenja informacija o društvenoj i političkoj kulturi i građanskom odgoju, ali i instrument manipulacije i bjegstva od zbilje. Osim što pojedinca zatvara u njegov dom, smanjujući njegovu želju za društvenim susretima i združujućim djelovanjem, praćenje televizije može ispostaviti i kao surogat stvarne aktivnosti društvene ili političke naravi: u tom slučaju, samo prikazivanje gorućih problema zajednice i rasprava o njima riskiraju da postanu iluzijom participacije, umjesto da budu poticaj za stvarni angažman u kolektivnom životu. Televizija može postati istinskim sredstvom participacije samo u onom kontekstu u kojemu na raznim razinama individualnog odnošenja (prevladavajuća usmjerenja

u obitelji, u školi, u raznim pripadajućim grupama), već postoje povoljni uvjeti za sudjelovanje u dominantnom kulturnom sustavu i institucionalnim političkim okolnostima.

Treba, međutim, voditi računa o tome da televizijski medij može biti izvorom inovacija u odnosu na društvene uvjete: u tom su pogledu relevantna kako osnovna usmjerenja koja potiču javne i privatne čimbenike televizijske produkcije tako i brojni tehnički aspekti. Televizijska se rasprava može, primjerice, predstaviti kao zatvoreni model, odlučujući i iscrpan s obzirom na predmet rasprave ili se pak nametnuti kao poticaj za produbljivanje te rasprave na drugim mjestima. Razvoj tehničkih sredstava danas sve više dopušta izazivanje *feed back-a*, odnosno telefonske reakcije gledatelja, izravno sudjelovanje u emisiji, ankete koje se odvijaju istodobno s emisijom itd. (usp. Crespi, 1971; Cazeneuve, 1971; Crespi-Mucchi-Faina, 1990).

Unutar ove problematike sve se veća pozornost poklanja i novim tehnologijama informacije i proizvodnje audiovizualnih programa: povezivanje putem satelita, vodova, videosnimke, kompjuterizacije itd. Te tehničke inovacije koje povećavaju mogućnost izbora između raznih izvora, nesumnjivo mijenjaju odnos s masovnim medijima, otvarajući prostor i novim oblicima organizacije čimbenika koji upravljaju komunikacijama (usp. Abruzzese, 1989; Bettetini-Colombo, 1993; Richeri, 1993).

Velik broj analiza posvećenih učincima raznih medija na način političkog djelovanja na vidjelo iznosi, između ostalog, rastući fenomen *spektakularizacije* politike, odnosno činjenicu da na političko opredjeljenje sve više utječu slike što ih o sebi daju politički *lideri*, simboličke forme kojima se politika koristi i emotivne reakcije koje izazivaju televizija i plakati (usp. McGinnis, 1968; Blumer-McQuail, 1968; White, 1969, 1973; Patterson-McClure, 1976; Marletti, 1984; Mancini, 1985).

Važno je područje istraživanja i ono koji se bavi utjecajem televizije na djecu i adolescente (usp. Singer-Singer, 1980; UNESCO, 1982; D'Amato, 1989) i utjecajem koji proizlazi iz *ficiton* proizvoda, odnosno iz romansirane proze radio-televizijskih serijala, filma, stripova i tako dalje (usp. Buckman, 1984; Nown, 1985; Buonanno, 1991; Allen, 1992).

S općeg gledišta sociologije kulture, koja nas ovdje zanima, prisutnost masovnih medija svjedoči o mnoštvenosti izvora kulturne proizvodnje u suvremenim društvima i o riziku da umnožavanje kulturnih stimulansa urodi efektom *kulturnog suviška*, odnosno činjenicom da veliki broj vrijednosnih iskaza i obrazaca, koji se nezaustavljivo smjenjuju, stvara fenomen koji je već Simmel definirao kao *hipertrofiju objektivizirane kulture*, odnosno "intenzifikaciju živčanih stimulansa" koji, paralizirajući sposobnost individualne kontrole, izazivaju opće nesnalaženje i nemoć društvenih aktera da kritički izaberu među raznim značenjima, uspostavljajući među njima hijerarhiju i, u krajnjoj analizi, sve veću neodređenost kulture kao takve (usp. Rositi, 1981, 234).

Tako se potvrđuje već spomenuta teškoća (v. 1. pogl., 4. paragraf) promatranja kulture kao koherentnog sustava značenja i vrijednosti: kultura se, naprotiv, očituje kao skup resursa koji je društvenim akterima na raspolaganju da po potrebi odaberu kulturna uporišta i modele kompetencije naprimjereno specifičnim