
Komunikološka istraživanja

Izvorni znanstveni članak
070

Odnos komunikologije i novinarstva

MARKO SAPUNAR*

Sažetak

U radu se analizira međudnos između komunikologije, novitologije i novinarstva kao prakse javnog komuniciranja. Komunikologija je definirana kao opća znanost o javnom komuniciranju (filozofija komuniciranja), novitologija kao posebna znanost koja proučava sve posebnosti masovnog komuniciranja putem medija (radio, novine, televizija i novi mediji), dok se novinarstvo kao praksa određuje metodikom neposrednoga novinarskog djelovanja. Na taj se način uspostavlja epistemološki red u brojne znanosti i izbjegavaju nesporazumi, preklapanja, pa i posve pogrešna shvaćanja koja štete teoriji javnog komuniciranja i novinarstvu kao praksi javnog poliloga u medijima.

Pod utjecajem elektroničkih medija koji su revolucionirali sustav javnog komuniciranja, u ovome je stoljeću strukturirana komunikologija, novitologija i brojne druge discipline koje interdisciplinarno proučavaju granice i mogućnosti javnog komuniciranja, kao i komuniciranja uopće.

Sasvim je razumljivo da se zbog toga područja isprepleću, pa se čak neke discipline poistovjećuju, te nastaju nesporazumi zbog kojih najveću štetu ima neposredna praksa javnog komuniciranja.

Smisao je ovoga rada da se unese više svjetlosti u tu problematiku odnosa i međudnosa brojnih disciplina.

Što je komuniciranje?

Iako je staro koliko i čovječanstvo, još ni danas nije posve jasno što je komuniciranje i na čemu se zasniva, odnosno što je njegova metapozicija. U dugoj povijesti *homo sapiensa* prevladavala je koncepcija da je komuniciranje razumna razmjena informacija. Njezin se vrhunac oblikovao početkom ovoga stoljeća u komunikologiji kao posebno

* *Marko Sapunar*, docent Fakulteta političkih znanosti na predmetima Informacijske znanosti, Uvod u novinarstvo i Povijest novinarstva.

znanosti o efikasnom, racionalnom komuniciranju radi stvaranja uvjeta za kvalitetniji zajednički i pojedinačni život ljudi.

Tu poziciju čak do metafizičke razine samostalne komunikologije promišljao je njemački filozof Karl Otto Apel, zajedno s J. Habermasom i cijelim tzv. frankfurtskim krugom. “U zaoštrenoj formi”, pisao je Apel, “moglo bi se reći: ‘prva filozofija’ nije više istraživanje prirode ili biti stvari ili bivstvjućeg (ontologija), pa također više ni refleksija o predodžbama ili pojmovima svijesti, ili ‘smislu’ jezičnih izraza (analitika jezika). Tome treba dodati da se ne samo ‘prva filozofija’ u smislu teorijske filozofije nego i ‘praktična filozofija’ – npr. etika kao ‘meta-etika’ – mora metodološki posredovati filozofskom analizom upotrebe jezika” (str. 455). Time se sve svodi na komunikologiju kao filozofiju uspješnog sporazumijevanja ljudi.

Ta, u biti racionalistička, koncepcija nije, međutim, u stanju odgovoriti na pitanje o mogućnosti komuniciranja, što je ono i za što drži, omogućuje, pa i ograničava svako komuniciranje. Empirijskim uvidom se, naime, uočava da dva subjekta ne mogu komunicirati u poljima posve suprotnog iskustva (primjer: Kinez i Hrvat koji ne znaju kineski, odnosno hrvatski), dok je opet u polju potpunog iskustvenog identiteta komunikacija nepotrebna, jer se tada nema više o čemu govoriti (to je pozicija $A = A$). Znači da je polje mogućeg komuniciranja rasprostrto samo između tih dviju krajnosti, a sve radi što uspješnijeg usuglašavanja i dolaženja do konsenzusa o bitnim pitanjima za regulaciju rada, života i stvaralaštva. Opisujući etape u uspostavljanju “dijaloškog konsenzusa o značenju ili pravilnoj upotrebi riječi”, Apel navodi da svaki pojedinac “najprije *spoznaje* – svaki za sebe i neovisno o drugome – elemente osjetilnog datog svijeta (kasnije nazvane osjetilnim datama); potom *shvaćamo*, putem apstrakcije pomoću organona općeljudske logike, ontološku strukturu svijeta; onda *označavamo* – sporazumom – elemente tako dobivenog poretka svijeta i *reprezentiramo* stanja stvari povezivanjem znakova; najzad *priopćujemo* drugim ljudima pomoću povezivanja znakova stanja stvari koja smo spoznali” (str. 461), a sve radi uspostavljanja zajedničkog djelovanja.

Težište svake komunikologije upravo je na ovoj razini optimalizacije zajedničkog djelovanja ljudi. J. Habermas zato u svojoj glavnoj knjizi *Theorie des kommunikativen Handels*, I. i II. (Suhrkamp Verlag, Frankfurt/M., 1981.) također naglašava model novovjekog racionaliteta kao međusobnog razgovora svih ljudi u okvirima razumskih kriterija, unutar kojeg polja se rađa spoznaja kao algoritam uspješne akcije u svim područjima. Dakle, ove moderne teorije uspješnog racionaliteta stavljaju težište na kognitivnom momentu i najkraće ga formuliraju kategorijom ZNAM.

Danas se, međutim, sve više uvida kako temeljni apriori nije kognitivan, nego da najmanje postoje tri ravnopravna apriorija svih ljudskih djelovanja, a to su: ZNAM, VOLIM, HOĆU (*scio, amo, fiat*). Njih se ne može podvesti samo raciju ili samo iracionalnom emotivitetu, a još manje volji za moć koja remeti na kraju svaki konsenzus. Uzalud je sokratovsko naglašavanje da onaj koji hoće ili neće još nije došao do čiste spoznaje, jer je “*fiat*” toliko moćan da ruši sve ispred i oko sebe. Da je to tako, vidimo danas i u slučaju Miloševića koji zna kako bi i što bi trebalo biti, ali on svojim “*fiat*” (neka bude Velika Srbija) odolijeva cijelom svijetu, tako da se komunikacija tada završava ostrim sukobima, pa čak i masovnim bombardiranjem.

Suvremena komunikologija je zato manje ekskluzivna od one ranije, te postaje samo teorija o povijesno mogućem maksimiranju razgovora i dogovora. Ona je čak odustala i od potrage svojih zadnjih načela, te se danas svodi na teoriju i praksu uređivanja diskursa. Ona tako postaje neka nova retorika i kultura slobodnog dijaloga, a radi podizanja kvalitete zajedničkog i pojedinačnog života ljudi.

Ako se pri sadašnjem stupnju ljudske spoznaje pokuša opisati strukturu i funkciju komunikativnog akta, tada se uočava da najprije postoji segment informacije *per se* (to su skupovi verificiranih iskustava svih prošlih generacija). Mlađe generacije ta iskustva percipiraju tijekom svoga školovanja, tj. posredovanja općeljudskih spoznaja *per publicum* (tu spadaju i masmediji koji su danas postali najveća škola postojećih iskustava). Na trećoj razini dolazi proces usvajanja, shvaćanja. U ovome segmentu danas je posve nadmašen koncept postracionalističke komunikologije, jer je opisano čak i pet različitih mogućnosti shvaćanja posredovanih informacija u procesima njihova dekodiranja. To su: modalitet *adekvatnog dekodiranja* ($A = A$), zatim modalitet *plus dekodiranja* (da se primljenih, npr., 100 informacijskih jedinica u procesu dekodiranja oplodi sa shvaćanjem 120 informacijskih jedinica; na tom modalitetu počiva veći spoznajni napredak čovjeka), pa modalitet *parcijalnog dekodiranja*, tzv. minus shvaćanja (tj. od primljenih 100 informacija jedinica shvaća se oko 70), koji može doći i do *nultog dekodiranja* kad se (zbog šumova u kanalu ili različitih interesa) uopće ne shvaća bit posredovane poruke i, najzad, *suprotstavljeno dekodiranje* (po modelu $A = \text{non } A$), što je polje polemike, sve do sukoba i ratova.

U ovome dijalektičkom polju pet modaliteta javnog komuniciranja iscrpljuje se cjelokupno ljudsko komuniciranje.

Poznati zagrebački komunikolog P. Novosel (1991.) proces javnog komuniciranja strukturalno je prikazao u modelu SVI RADE. To je akronimski simbol u kojem početna slova označavaju pojedinačne podsustave komuniciranja:

- S = subjekti komunikacije (a to su u poliloškom novinarstvu svi ljudi, a ne samo novinari),
- V = veze ili kanal kojim se prenose signali što nose poruku,
- I = informacije ili poruke (koje se kao spoznajni sadržaji prenose od jednog čovjeka drugome, i to i na daljinu),
- R = razlozi, motivi i ciljevi radi kojih se komunicira i što se komuniciranjem želi postići,
- A = administriranje (upravljanje) komunikacijskim procesom,
- D = društveni uvjeti i okolnosti u kojima se komunicira, kontekst komuniciranja u sociookruženju,
- E = efekti ili učinci komunikacije (str. 316).

Modelom SVI RADE Novosel je empirijski opisao cijeli ciklus javnog komuniciranja, koji je predmet i zadatak istraživanja komunikologije.

Iz svega se toga odmah vidi i temeljna relacija između komunikologije i novinarstva. Naime, komunikologija je znanost koja proučava strukturu, funkciju, retoriku, semantiku svih oblika komuniciranja. Kao takva, ona je superpozicija novinarstvu, jer novinarstvo uvažava, implementira te temeljne komunikološke zakone i mogućnosti

ljudskog komuniciranja u svim svojim djelatnostima. Oni su dijalektički povezani tako da jedna disciplina bez druge ne može, jer komunikologija novinarstvu daje opću teoriju žanrova, zatim ukazuje na proces postizanja konsenzusa putem javnog dijaloga/poliloga, dok novinarstvo komunikologiji stalno daje konkretne oblike i pokazuje načine kako se opće komunikološke zakonitosti pretvaraju u posebne i pojedinačne.

Budući da danas ima mnoštvo medija, a još više oblika javnog komuniciranja, nužno je izvršiti distinkciju i između novinarstva kao znanstvenog uopćavanja neposredne prakse i novinarstva u pojedinim njegovim aplikacijama. Znanost o novinarstvu mi smo (1995.) nazvali novitologijom, jer se brine za standardizaciju novinarskog diskursa koji proizvodi novosti. Novosti su također spoznaje, ali, za razliku od komunikoloških spoznaja, spoznaje prve potencije. Naime, novinarstvo otkriva i formulira opće stavove, spoznaje, vrednovanja i putokaze kao efikasnijoj socijalnoj i radnoj praksi u području svakodnevlja. Kako živjeti, što raditi, kako se rekreirati, kako održavati zdravlje, tjelesnu kondiciju, kako prihvaćati drugoga u svojoj okolini i kako živjeti po poznatoj rimskoj maksimi *Honeste vivere, alterum non laedere, suum cuique tribuere* (časno živjeti, drugoga ne vrijeđati i svakome dati njegovo). Psovačko, vrijeđajuće i pornografsko novinarstvo zato uopće i ne spada u istinsko novinarstvo, niti ono što ono proizvodi spada u novost. Dakle, novitologija opisuje i otkriva što pravo novinarstvo jest i kako ono može biti moralno, efikasno i regulirajući činitelj ukupnoga društvenog života ljudi. Što se pak tiče novinarske prakse, na toj se razini stvaraju naputci, metode kako pisati, kako otkrivati novosti kao spoznaje prve potencije u generaliziranju ljudskog iskustva.

U epistemološkom distingviranju mi zato zastupamo tripartitnu podjelu:

1. na komunikologiju kao opću znanost (pa i filozofiju) javnog komuniciranja, koja otkriva najopćenitije zakonitosti javnog komuniciranja,
2. na novitologiju kao posebnu znanost u smislu novinarstva kao oblika javnog komuniciranja putem masmedija (radijsko, novinsko i televizijsko novinarstvo) radi podizanja kvalitete zajedničkog i pojedinačnog života, i
3. na novinarsku praksu s njezinim vertikalnim i horizontalnim podjelama (specijalističko novinarstvo i načini kreiranja dijaloga/poliloga) u javnim medijima.

Budući da su ove tri skupine disciplina međusobno usko povezane, svaka od njih drugu obogaćuje i pomaže joj u ostvarivanju njezinih specifičnih zadataka.

Specifičnosti novinarskog komuniciranja

U sferi posebnih istraživanja masmedija komunikologija obraća pažnju na analizu i funkcioniranje temeljnih medija: novine, radio, televizija i novi mediji. Kako dobro uočava M. Kunczik (1998.), “za održavanje ravnoteže sustava moraju se zadovoljiti potrebe podsustava. Podsustavi (dijelovi sustava) mogu za stabilnost ukupnog sustava biti funkcionalni (pridonositi stabilnosti), disfunkcionalni (smanjivati stabilnost) ili irelevantni” (str. 35). Schramm (1964.) navodi 11 područja u kojima mediji mogu pomoći u procesu nacionalnog razvoja kao:

1. proširivanje horizonata,
2. podizanje razine prohtjeva,
3. pridonošenje (ali samo indirektno) promjeni čvrsto usađenih stavova i dispozicija djelovanja,
4. fokusiranje pozornosti (npr., na razvojne procese),
5. punjenje interpersonalnih komunikacijskih kanala informacijama,
6. davanje statusa,
7. proširenje političkog dijaloga,
8. provođenje socijalnih normi,
9. formiranje novih preferenci ukusa,
10. promjene slabije usađenih stavova i blaža modifikacija jače usađenih stavova, te
11. znatan doprinos na svim područjima obrazovanja (str. 47).

Ove temeljne zadatke ispunjava svaki medij i svaki novinar. Kako se u literaturi često brkaju pojmovi “komunikator” i “novinar”, nužno je naglasiti da je novinar u novim medijima zaista komunikator koji priprema informacije i posreduje ih putem medija do milijunskog auditorija. Njegova je zato glavna zadaća formiranje dobre novinarske prakse, dok je glavni zadatak komunikologa da analizira temeljnu komunikacijsku paradigmu i znanstveno vrednuje sve aspekte novinarske produkcije, a posebno njezine efikasnosti. Za novinare i novinarsku praksu u sva tri medija najvažnije je izvješćivati objektivno, trijezno, odmjereno, s navođenjem alternativnih, odnosno suprotnih pozicija s retoričko-logičkim diskursom koji ima persuazivnu vrijednost.

Kad je riječ o “novitologiji” kao znanosti pripremanja i objavljivanja valjanih informacija, najteži je problem evaluacija učinka svakog medija, jer svaka novinarska informacija ili priča imaju niz varijabli koje se mogu pratiti i analizirati samo metodološkim instrumentarijem kvalitativne metodologije. Da bi taj posao olakšao istraživačima i samim novinarima, W. Spöhring je (1995.) u svojoj knjizi “Qualitative Sozialforschung” (B.G. Teobner, Stuttgart), faktorskom analizom utvrdio ove razlike između kvalitativnih i kvantitativnih istraživanja:

<i>Kvalitativna istraživanja inzistiraju</i>	<i>Kvantitativna istraživanja inzistiraju</i>
na punom razumijevanju pojava	na objašnjenju pojava (brojem)
na idiografskoj analizi	na nomotetskoj analizi
na teorijskom razvoju	na teorijskom propitivanju
na stvaralačkoj indukciji	na mehaničkoj dedukciji
na uključivanju subjekta	na isključivanju subjekta
na svestranoj interpretaciji	na strogoj etiologiji i kauzistici
na genetskom pristupu	na negenetskom pristupu
na otvorenom stvaralačkom pristupu	na zatvorenom, shematskom pristupu
na dinamičkim procesima	na statičkim strukturama
na fleksibilnim postupcima	na tvrdim postupcima
na holističkom pristupu	na izoliranim slučajevima
na dalje i slobodnije od detalja	na bližoj i u funkciji detalja
na eksplikativnoj analizi	reduktivnoj analizi
na niskoj razini “mjerljivosti”	na visokoj razini “mjerljivosti”

U retoričkom pogledu danas se razvija teorija i praksa dijaloško-poliloškog komuniciranja, pa je nužno da novinari optimaliziraju tu viševalentnu retoriku. Naravno, primat u tome imaju radio i televizija, ali i novine sve više uvode u svoju praksu dijaloške žanrove, kao što su: intervju, razgovor, fičer (feature) i višeslojna reportaža.

I, na kraju, važno područje istraživanja novitologije jest deontološka regulacija ukupnog djelovanja novinara u medijima. Međunarodni novinarski savez je 1954. godine u Bordeauxu formulirao sljedeće zadatke svakog novinara:

1. poštivanje istine i prava javnosti na istinu,
2. novinar uvijek u svome radu brani načela slobode i odgovornosti,
3. novinar izvještuje isključivo na temelju činjenica,
4. primjenjuje isključivo korektne metode pri nalaženju informacija,
5. u slučaju da je nehotice objavio vijest koja se kasnije pokazala pogrešnom, novinar će je sam ispraviti,
6. novinar čuva tajnu svojih informacijskih izvora,
7. unaprijed se obvezuje da neće činiti prijestupe protiv časti svoga zvanja: plagijate, klevete, uvrede, širenje laži, neobjektivne optužbe i primati mito,
8. svaki novinar obvezatan je slijediti i pridržavati se načela ove deklaracije.

Analizom pedesetak nacionalnih etičkih kodeksa za novinare, T. Laitila je utvrdila kako svi kodeksi sadrže sljedeće norme:

- poštivanje istinitosti u prikupljanju i predstavljanju informacija
- obranu slobode riječi i mišljenja,
- zabranu diskriminacije na temelju rase, spola, vjere ...
- čestitost isključivom uporabom poštenih metoda u prikupljanju informacija,
- poštivanje nepovredivosti izvora i autorskog prava, i
- neovisnost/integritet kroz odbijanje mita i drugih izvanjskih utjecaja na rad.

Što se pak tiče specifičnosti pojedinačne razine novinarske prakse, na toj razini se populariziraju opći komunikološki zakoni, zatim spoznaje novitologije (prema svakom mediju) i daju savjeti, odnosno uputstva novinarima za lakše obavljanje svojih zadataka na svim stupnjevima novinarske profesije.

Zaključno razmatranje

Prikazana analiza odnosa između komunikologije i novinarstva pokazala je, kao što smo vidjeli, da se ti odnosi specifično određuju na svakoj razini, što znači da je glavni zadatak komunikologije spoznavanje temeljnih komunikacijskih spoznaja, dok je glavni zadatak novitologije (kao teorije pojedinih medija) da uoči i formulira specifične spoznaje za uspješno funkcioniranje medija i novinara koji rade u medijima, a na razini neposredne novinarske prakse formuliraju se pravila i savjeti za što uspješnije i standardnije djelovanje svakog novinara.

Veze između komunikologije, novitologije i novinarske prakse oblikuju se na vertikalni i na horizontalni te se međusobno prožimaju. Naime, više spoznaje daju principe za valjano djelovanje, a novinarska praksa opet, sa svoje strane, pruža teoriji mogućnost za

daljnja istraživanja. I u toj dijalektičkoj napetosti i međusobnom prožimanju nalaze se uvjeti za razvoj komunikologije, novitologije i novinarske prakse koja se povijesno uvijek nalazi u funkciji danih medija, kao i aktualnih političkih koncepcija koje nastoje regulirati sve međuljudske interakcije.

Time se prevladavaju brojni nesporednosti, kao i nepotrebna preklapanja, te omogućuje plodan istraživački rad komunikologiji, novitologiji i svakom novinaru u njegovom stvaralačkom oblikovanju informacija.

U konkretnom stvaralačkom aktu novinara, dakle, sinergijski se spajaju sve spoznaje, sva otkrića, te tako uvijek iznova oblikuju prilozima i emisijama radi davanja potrebnih orijentacija građanima u prostoru i vremenu ljudske svakidašnjice.

Literatura

- Apel, K. O., *Transformacija filozofije*, Sarajevo, 1980.
- Novosel, P., Komuniciranje, u *Uvod u psihologiju*, GZH, Zagreb, 1991.
- Sapunar, M., *Razvitak novitologije*, Mostariensia, Mostar, 1998.
- Sapunar, M., *Osnove znanosti o novinarstvu*, Epoha, Zagreb, 1995.
- Habermas, J., *Theorie des kommunikativen Handelns*, I i II, Suhrkamp, Frankfurt, 1981.
- Kelly, J. C., *Philosophy of Communication*, London, 1981.
- Trauber, M. – Nordenstreng, K., *Malo glasova – mnogo svjetova (ususret pokretu za reformu medija)*, 1983.
- Eco, U., *Kultura, informacija, komunikacija*, Nolit, Beograd, 1973.
- Kunczik, M. – Zipfel, A., *Uvod u publicističku znanost i komunikologiju*, Zaklada F. Ebert, Zagreb, 1998.

Marko Sapunar

*THE RELATIONSHIP BETWEEN COMMUNICOLOGY AND
JOURNALISM*

Summary

This article deals with an analysis of the relations among communicology, novitology, and journalism as the practice of public communication. Communicology is defined as a general science on public communication (philosophy of communication), novitology as a specific science dealing with all the singularities of mass communication by means of the mass media (radio, newspapers, television, and the new media), while journalism as practice is defined by means of the methodology of direct journalistic activities. This leads to the introduction of epistemological order into a number of sciences. Also, misunderstandings and overlappings are avoided, as well as totally erroneous attitudes pernicious for the theory of public communication and journalism as the practice of public polylogue in the media.