

Predmet: Potreba za osnivanjem nove sekcije pri Hrvatskom sociološkom društvu (HSD)

Članak 41.

Za djelovanje u posebnim sociološkim disciplinama o snivaju se sekcije Društva.

Sekcija se ustanovljuje na zahtjev najmanje sedam članova/ica Društva, koji/e podnose prijedlog programa i plan rada Predsjedništvu. Ako Predsjedništvo odbije potvrditi osnivanje neke sekcije, predlagači/ice se mogu obratiti za konačnu odluku Skupštini.

Članovi/ice sekcije biraju voditelja/icu koji/a rukovodi njezinim radom u suradnji s Predsjedništvom. Članovi/ice sekcije biraju i tajnika/icu sekcije koji/a vodi dokumentaciju o aktivnosti sekcije.

Statut HSD-a: <http://www.hsd.hr/web/images/stories/dokumenti/StatutHSD-a.pdf>

Prijedlog: Sekcija za sociologiju medija i komunikacijskih tehnologija

U svom predsjedničkom govoru na Međunarodnoj komunikacijskoj asocijaciji (ICA) 2008. godine Sonia Livingstone (2009), istraživačica medija pri školi *London School of Economics and Political Science*, utvrdila je da je danas sve medijski posredovano ("Everything is mediated"). Ta se teza može učiniti pretjerano optimističnom ili više dijelom popularno-znanstvenoga nego "ozbiljnoga" istraživačkog ili teorijskog karaktera. Međutim, ako prihvatimo najširu definiciju medija – prema kojoj se čak i čovjek kao biološko biće može uzeti kao *medij prvog stupnja* koji oblikuje, usmjerava i interpretira komunikaciju (Bruhn Jensen, 2013) – onda se ta teza počinje činiti znatno manje ishitrenom. Ona zapravo usmjerava našu pozornost i fokus na specifične aspekte društvene i kulturne zbilje. Prvotna skeptična reakcija možda i ne iznenađuje jer pojedini autori tvrde da se komunikacija, kao autonoman i nezavisan entitet, nije odvajala od općih razmišljanja o prijevozu sve do kraja 19. stoljeća i tehnoloških pronalazaka kao što su telegraf, gramofon ili telefon (Cardoso, 2008). Ta se linija tehnoloških pronalazaka može relativno lako nastaviti u oba smjera, odnosno u prošlost i u budućnost. Ako govorimo o pismu, tiskanoj knjizi, dnevnim novinama, radiju, televiziji, internetu ili dokumentu u Microsoft Wordu, onda vidimo da bi bilo koji oblik društvenog života danas bilo teško zamisliti bez medija, odnosno komunikacijskih tehnologija na kojima se mediji zasnivaju. Štoviše, profesor sociologije medija na Sveučilištu Cambridge John B. Thompson (1995) tvrdi da se mediji nalaze u temelju onoga što nazivamo modernošću, a mogli bismo nadodati i u temelju onoga što se smatra postmodernom simulacijom i hiperrealizmom (Baudrillard, 2001).

Jezik i komunikacija osnova su društvenih procesa i simboličke interakcije pa su samim time bili u središtu interesa rane američke sociologije, odnosno Čikaške škole. Jedan

od predvodnika te škole, Robert E. Park, i sam je bio novinar pa je utjecao na prenošenje novinarskih metoda (kao što su terenska istraživanja, promatranje sa sudjelovanjem, intervjuiranje ili analiza sadržaja) u sociološki diskurs. U teorijskom je smislu utemeljenju komunikacije kao jednog od osnovnih društvenih procesa vjerojatno najviše doprinio Jürgen Habermas istraživanjima javne sfere i komunikativnog djelovanja. Utjecajni američki sociolozi, kao što su Elihu Katz, Paul Lazarsfeld i Robert King Merton, značajno su usmjerili proučavanje masovne komunikacije razvijanjem istraživanja javnog mnijenja i unaprjeđenjem metode anketnog istraživanja. Upravo je takav metodološki napredak ostvaren u razdoblju širenja komunikacijskih tehnologija, kao što su radio i televizija, zbog potrebe za razumijevanjem njima uzrokovanih društvenih promjena. Slično bi se moglo tvrditi i za uspon interneta i teorijske diskurse informacijskog i umreženog društva kojima se nastoji proniknuti u temelje suvremene društveno-tehnološke i komunikacijske promjene.

Mediji i komunikacijske tehnologije utječu na promjene ekonomije, politike, kulture i društva u svim njegovim aspektima: svakodnevnim, organizacijskim, institucionalnim, nacionalnim, regionalnim i globalnim. Veza sociologije i istraživanja medija te komunikacijskih tehnologija vrlo je bliska ali katkada i dinamična i fragmentirana. Nove komunikacijske tehnologije mijenjaju ekvilibrij utemeljenih teorijskih i metodoloških postavki te nameću njihovo ponovno promišljanje. U takvim se razdobljima istraživanja medija i komunikacijskih tehnologija otvaraju i posežu za interdisciplinarnim znanjem. Uzrok tomu niz je novih istraživačkih pitanja na koja nije moguće odgovoriti iz perspektive samo jedne discipline. Takva razdoblja otvaraju mogućnosti inovativna istraživanja, ali i usmjeravanja "tradicionalnih" disciplina prema novim područjima i predmetima istraživanja. Čini se da se upravo sada nalazimo u jednom takvom razdoblju; razdoblju u kojemu se katkada suprotstavljaju masovna i umrežena komunikacija. U tom je kontekstu potrebno revitalizirati sociološki doprinos medijskim istraživanjima jer se u razdobljima prodora novih komunikacijskih tehnologija često susrećemo s utopijskim ili distopijskim diskursima promjena koje bi takve tehnologije mogle izazvati.

U Hrvatskoj postoji interes sociologa za takve teme, ali im nedostaje zajednička platforma na kojoj bi se povremeno mogli sastajati i razmjenjivati ideje, iskustva i znanje. Bez toga nema ni učinkovite ni napredne društvene znanosti u Hrvatskoj. Naziv ove sekcije nastoji uzeti u obzir hrvatski istraživački prostor unutar kojeg se mogu pronaći brojne međusobno povezane teme. Ključna područja u kojima već postoje istraživački naponi jesu sljedeća:

- medijatzacija
- medijski sustavi
- medijska koncentracija i ekonomska, politička i simbolička moć
- upravljanje medijskim sustavom i javne politike (*public policy*)
- javna sfera i procesi demokratizacije
- istraživanja javnog mnijenja
- medijske publike
- računalno posredovana komunikacija
- umreženo društvo
- internet i novi mediji

- cyberkultura
- društveni mediji i drugo razdoblje mreže
- konzumerizam, potrošačka i popularna kultura
- komunikacijske tehnologije i kulturne industrije
- itd.

Hrvatski istraživački prostor odražava globalnu nepreglednost područja istraživanja medija i komunikacijskih tehnologija. Međutim, razaznaje se i čitav niz lokalno specifičnih tema vezanih uz proces tranzicije i uspostavljanja javne sfere, ali i prodor globalnih medijskih odnosno kulturnih industrija u relativno mal, lokalni medijski prostor. Razvoj civilnog društva i javno okupljanje građana u velikoj su mjeri posredovani različitim komunikacijskim tehnologijama koje utječu na dinamiku tih društvenih procesa, razmjenu informacija i znanja te brojne druge procese. Masovni mediji još su uvijek važne društvene institucije za prikupljanje i širenje informacija te formiranje medijske javne sfere. Međutim i proces masovne komunikacije danas doživljava značajne promjene, osobito u kontekstu umnožavanja medijskih kanala te fragmentacije medijskih publika i individualizirane medijske potrošnje. Sve su to procesi koji su aktualni u hrvatskom društvu i kojima se sociologija mora sustavno i organizirano baviti.

Slične sekcije postoje u okviru različitih socioloških udruženja:

- International Sociological Association (ISA): *Sociology of communication, knowledge and culture*
- European Sociological Association (ESA): *Sociology of communications and media research*
- American Sociological Association (ASA): *Communication and information technologies*
- British Sociological Association (BSA): *Digital sociology; Media.*

Također djeluju brojne interdisciplinarne profesionalne asocijacije u području medija i komunikacije:

- International Communications Association (ICA)
- International Association for Media and Communication Research (IAMCR)
- Media Ecology Association
- Association of Internet Researchers (AOIR)
- European Communication Research and Education Association (ECREA).

Područje istraživanja medija i komunikacije je interdisciplinarno i nalazi se u međuprostoru različitih društvenih i humanističkih disciplina. Međutim, ono što sociologija može ponuditi u tom polju jesu epistemološka, ontološka i metodološka znanja i temelji, kritičko razmišljanje te pristupi kojima je cilj poboljšavanje javne politike i upravljanja medijskim sustavom. Ova sekcija može ponuditi upravo takva razmatranja svojim budućim

djelovanjem te organiziranjem predavanja i drugih aktivnosti koje budu u opsegu naših interesa i mogućnosti.

Plan rada:

- organiziranje predavanja i radionica
- razmjena znanja, iskustva, informacija
- otvorenost istraživačima i predavačima u svim stadijima istraživanja i karijere – od doktorskih kandidata do iskusnih znanstvenika
- uspostava mrežne stranice sekcije
- stvaranje baze ključnih časopisa u području istraživanja komunikacije i medija
- stvaranje baze ključnih djela u području istraživanja medija i komunikacijskih tehnologija
- unaprjeđenje teorijskog i metodološkog istraživanja medija i komunikacije u Hrvatskoj.

Reference:

Baudrillard, J. (2001.), *Simulacija i zbilja*, Zagreb, Naklada Jesenski i Turk.

Bruhn Jensen, K. (2013.), New Media, Old Methods – Internet Methodologies and the Offline/Online Divide, u: Ess, C. i Consalvo, M. (ur.) *The Handbook of Internet Studies*, Wiley-Blackwell, str. 43-58.

Cardoso, G. (2008.), From *Mass* to *Networked Communication*: Communicational Models and the Informational Society, *International Journal of Communication* 2: 587-630.

Livingstone, S. (2009.), On the mediation of everything: ICA presidential address 2008, *Journal of Communication* 59: 1-18

Thompson, J. B. (1995.), *The Media and Modernity*, Cambridge, Polity Press.