

КОМУНИЦИРАЊЕ И СОЦИЈАЛНА ИНТЕРАКЦИЈА У ПРИМАРНИМ ГРУПАМА

САЖЕТАК: У раду је учињен критички осврт на теорију комуникационе интеракције у примарним групама. У првом делу рада посебно су размотрени доприноси теорија схватању специфичности комуникације и социјалне интеракције у различитим типовима примарних група. У другом делу рада су са комуниколошког аспекта протумачени појмови: комуникације, социјалне интеракције, друштвених норми. У складу са тим, анализиране су улоге чланова групе, као и правила понашања у групама у савременим друштвеним и медијским условима. Нови појам „нетикеције“ је анализиран у овом раду. Он обухвата друштвене норме или пристojност, као једно од важних правила понашања и комуницирања на интернету.

Кључне речи: *комуницирање, интеракција, примарне групе, друштвене норме, нетикеција.*

1. Увод

Друштвеност је одувек била обележена комуницирањем. Ако би полазна хипотеза у овом истраживању гласила да су комуникациони процеси најважнији друштвени процеси, и да су они одређивали токове цивилизацијског развоја, јасно би било да је у том доказивању потребна „ширина“, односно интердисциплинарни приступ. Интердисциплинарност захтева анализу бројних сазнања, те њихову синтезу, сажимање и интерпретирање у одговарајућем теоријском оквиру. Комуниколошка наука, иако недовољно академски заступљена у нашој земљи, нуди сазнања која представљају

кључ помоћу ког се долази до одговора на питање *како* људи комуницирају.

Термин комуникација потиче од латинске речи *communicatio*, што значи расправљати, питати за савет, саветовати се, споразумевати се, информисати се, размењивати мишљење. Поред тога, тај појам отвара много асоцијативних поља. Поједини истраживачи су пребројали преко 126 релевантних дефиниција комуницирања (Богданић, 1996).

Оно што обухвата комуникацију, а испољава се кроз три обележја, јесте:

1. комуникација је процес остваривања веза међу људима;
2. комуникација је активност;
3. комуникација се учи (Томић, 2000).

Последњих педесет година комуникације проучавају социјална психологија, комуникологија, лингвистика, антропологија, теорија културе и многе друге науке које интересује проблем комуницирања. Проблеме значења проучава семантика, а знака и дискурса семиологија. Постоји више комуниколошких приступа, хипотеза и теорија које објашњавају феномен комуницирања, али и неколико теоријских парадигми и праваца. На основу доприноса психолошких истраживања и бихејвиористичке теорије, људски односи се посматрају као бројне интеракције. Доприносом различитих комуниколошких теорија о интеракцији у групама, о симболичкој интеракцији, когнитивној дисонанци, теорији конгруенције, као и драматуршког модела, односно модела уверавачке комуникације, човеково понашање се у комуникологији посматра у целини. Тај процес подразумева укључивање свих чула, сензора, као и медија.

Основно питање које интересује комуникологе јесте *како* људи комуницирају. Комуникација, у зависности од начина и метода, може бити: *директна или индиректна, интерна или екстерна, формална или неформална, вербална или невербална* итд. Она указује на бројне канале друштвеног комуницирања, а сама дефиниција зависи од научног приступа. „Сваки друштвени однос је истовремено комуникациона интеракција“ (Радојковић, Милетић 2008: 7). Способности интеракције човека са другим бићима укључују, осим вербалних, и невербалне способности комуницирања. На способ-

ности вербалне комуникације утичу: ниво образовања, особине, васпитање, склоности и интересовања, ставови и, посебно, важна способност логичког закључивања. Не чуди чињеница да су антички филозофи удубљивањем „у себе“ увидели моћ интраперсоналног комуницирања и неговали културу мишљења, откривајући дијалектику и логос. Језик као најважније људско обележје и „оруђе“ показује културно богатство, открива идентитет, ток мисли и намере сваког комуникатора. Наведене вредности посебно долазе до изражаја у групном комуницирању.

2. Развој теорија о комуницирању

Људска потреба за комуницирањем одувек се сматрала врло снажном потребом. Данас је та потреба у чврстој вези са развојем и употребом медија. Доприносом више социолошких теорија, механицистичке (која обухвата друштвене појаве), биологистичке (која сматра да је друштво део живог света), неопозитивистичке, психологистичке, функционалистичке, структуралистичке и марксистичке, дошло се до обogaћења теоријских сазнања о друштвеним процесима.

Повезивањем знања социологије и психологије у оквиру социјалне психологије посебно се изучавају бројне везе и интеракције које настају под утицајем нових система комуницирања. Важну полазну основу у објашњењу људске интеракције дале су *бихејвиористичка*, *функционалистичка* и *неопозитивистичка* теорија, као систем сажетих генерализованих чињеница о специфичним механизмима који карактеришу људско понашање и комуницирање. *Бихејвиористичко* схватање гласи „комуницирање је понашање“ (Богданић, 1996: 62). Таква научна схватања допринела су настанку биологистичко-механицистичке С-Р теорије која се примењује у тумачењу комуникационих процеса. За бихејвиористичко схватање понашања и контролисања његовог деловања, у кратким цртама речено, важне су дефиниције стимулуса (С) и реакције (Р)¹. За комуниколошку нау-

¹ Гледано са физиолошке стране С-Р процес обухвата: процес раздражења (надражаја) у рецептору и спровођење нервних импулса путем аферентних нерава који доносе сигнале (нервне импулсе) у централни нервни систем, где се

ку је значајно то што су се бихејвиористи бавили срединским променљивим факторима, путем којих се може приступити контроли понашања појединаца. Бихејвиористи сматрају да се људски организам третира као једна неотворена, али не и празна, кутија са различитим „улазима и излазима“. Уз контролу улазних елемената, омогућена је контрола излазних, што је доказано и потврђено експерименталним путем. Ти теоријски постулати постепено су постали применљиви и изван лабораторије. То у друштвеним условима значи да су појединци способни за интеракцију и да могу да утичу на контролу сопственог и туђег понашања, по одређеном аутоматизму.

Биологистичко-механицистичка С-Р теорија дала је важне постулате у проучавању комуницирања, а међу важнијим сматрају се: *аутоматизам човековог понашања, развој теорија о атомизированој маси и механицистичко-органицистичке концепције о друштву* (Врег, 1975). На основу доприноса бихејвиористичке теорије развило се схватање о снажној моћи медија, који делују на човеково мишљење и комуницирање. Међутим, теоријско схватање је због научне радозналости убрзо добило допуну, јер су психолози бихејвиористи проучавали и интерперсонално (групно) комуницирање. Истраживања су напредовала у правцу изучавања учења и откривен је посебан процес који може бити крајње *селективан*.

Социолошки, интеракцијски приступ тако је уздрмао темеље једноставне С-Р теорије о комуницирању. Утврђено је да постоји специфична мотивација која се огледа у селективном излагању, селективном опажању и селективном памћењу, које карактерише селективан однос према медијским садржајима, и која говори о значају активности појединаца и група у комуницирању.

Функционалистичко гледиште објашњава функције, улоге појединаца и структуре које су у служби друштвеног комуницирања. Осим појединаца, групе постају интересантне у социолошком и психолошком смислу, а комуникација унутар група постаје предмет комуниколошких истраживања. По идеји да је друштво систем кога чине

информације обрађују и одакле се шаљу повратним сигнаlima преко еферентних нерава у одговарајуће структуре (мишиће, жлезде, органе итд). Након одређеног надражаја (Н), односно стимулације (С), организам даје одговор (О) или реакцију (Р).

подсистеми, који делују међусобно на основу друштвених норми и вредности, дошло се до истраживања механизма који одржавају те подсистеме или групе. Са комуниколошког аспекта то је значајно јер је установљено да се међу људима у примарној групи² одвијају специфичне социјалне интеракције.

У примарној групи је релативно мали број чланова окупљен око истих заједничких циљева, вредности, ставова и интереса, док их чврсто спајају исте потребе, емоције и сентименти, као и прихватање и поштовање заједничких идеала, обичаја и норми понашања. Најпознатије примарне групе су породица, група пријатеља, група вршњака, затим суседи, разред, радни или спортски тим итд.

Под примарним групама подразумевају се: *породица, пригодне групе, групе за игру, катартичке групе, групе за учење, групе за одлучивање и акцијске групе* (Рирдон, 1998: 165). Породица представља основну примарну људску групу. То је првобитно окружење у ком се расте, развија се и учи *социјализацији* и *комуникацији*. У *породици* се упознаје примарно комуницирање, које се касније примењује и проширује у контакту са људима изван породичног окружења. *Пригодне* групе чине скуп особа које се међусобно везују на дуже стазе по основу случајног зближавања које касније прераста у однос или навiku. *Катартичке* групе чине скуп особа који је формиран због потребе решавања заједничког проблема, који се тако манифестује као кохезиони фактор групе. У раним данима посебно су значајне групе за *игру*, које су најбројније јер има их колико и игара. Због модерног животног стила који, осим рада, захтева и одмор и уживање, групе за *уживање* настају у облицима ширег друштвеног организовања људи и представљају скуп људи повезаних истим или сличним интересовањима и компетенцијама. *Акцијске* групе чине групе људи који су ангажовани у оквиру једног пројекта или неке друге циљне и смислене акције.

Како је друштво заједница у којој се налази мноштво таквих група, примарне групе постају значајније за изучавања о социјалној интеракцији која се дешава, како унутар тако и између тих група.

² Реч примаран потиче од латинске речи *primarius* и означава почетни, првобитни, исконски или део који је главни по важности. Примарна група је врста групе која има пресудан и далекосежан удео у социјализацији појединца.

3. Теорије о социјалној интеракцији и комуникацији

Бројни истраживачи су се бавили интеракцијама унутар примарних група. У овом раду приказане су кључне теоријске концепције и доприноси брачног пара Рајли, Џона и Матилде (John Riley, Mathilda Riley), модели Вилбура Шрама (Wilbur Schramm), студије Пола Лазарсфелда (Paul Felix Lazarsfeld), теорија Чарлса Озгуда (Charles E. Osgood) и Леона Фестингера (Leon Festinger). На основу тога дата је синтеза тих схватања о групама. Комуникациона теорија обухватила је значајне сегменте социјалне интеракције у групама.

Сваки од наведених истраживача расветлио је поједине сегменте, док су нека питања још увек недовољно појашњена и остављају простор за даља истраживања.

Теоријским приступом о социјалној интеракцији у групама обухваћена су следећа питања:

- социјална интеракција у групама и интеракција између група;
- однос примарне и секундарне групе;
- заједнички усмерено деловање група;
- комуникација примарних група према социјалном систему;
- функција масовне комуникације и медијски садржаји;
- интерперсонални комуникациони процеси;
- равнотежа, хомогеност и друга специфична одређења структуре групе;
- ставови и вредности групе;
- улога вође у групи и улога појединца (комуникатора) као припадника више група (примарних и секундарних).

Супружници Џон и Матилда Рајли су у научној расправи „Масовно комуницирање и социјални систем“ функционалним моделом интеракцијског односа (Врег, 1975: 69) дали приказ понашања појединаца (*комуникатора*) у односу на друштвене структуре, *групне норме, ставове и вредности*. Закључено је да се масовне комуникације односе на појединца као члана неке групе и реакција на саопштење медија биће у складу са реакцијом групе. На основу тих налаза Рајлијеви су развили *теорију референтних група*. По тој теорији, појединац гради обрасце комуникацијског понашања у интеракцији са својим групама и усклађује их са комуникацијским

обрасцима групе. Константовано је да су опажања појединаца скоро идентична са реакцијама чланова породице или пријатеља, односно са групама са којима је појединац у контакту. Рајлијеви су се бавили питањем како групе формирају циљеве и како су они повезани са социјалним системом, и утврдили да референтне примарне групе битније одређују понашање појединца, него веће, секундарне групе. Утврдило се да су примарне групе изузетно хомогене и да стварају хомогенизовано колективно тело које се „информише“, „размишља“, „делује“ и „одлучује“ на колективној бази. Рајлијеви интеракцију и постизање равнотеже у групи објашњавају Бејлсовом *теоријом равнотеже*. Њу одређују путем две варијабле комуникације – *инструменталне* и *експресивне* (Врег, 1975: 79). По тој теорији, групе функционишу као „организам“.

Прво се члановима дају информације, затим се оне руководе идејама групе, а потом се „ослобађају од напетости“ и решавају емоционалне и социјалне проблеме. Та истраживања су се показала нарочито значајним у политичким изборним кампањама, јер су се оне усмеравале према групама као колективном телу јавности са колективним особинама. Рајлијеви укључују у своју теорију и комуникатора, који делује у социјалној средини и утиче на групу, констатујући да група утиче и на њега двосмерним односом. Комуникатор води комуникацију, прима информације и прати њихов ток, а социјална интеракција се одвија непрестано. Према ауторима, важне су реакције публике јер на основу њих тече даља комуникација. Тиме се истраживање проширује и на утицаје масовних медија, на публику и интеракцију са њом.³

Вилбур Шрам је изложио више модела комуникације, полазећи од уверења да је процес комуникације суштински процес успостављања неке врсте *заједничности*. Он даје и модел уверавачке комуникације (Врег, 1975: 65). Тај модел се заснива на теорији о социјалној интеракцији и усваја *механизам друштвених група и норми, концепте улога, процесе селекције и вође мњења*. Модел се заснива на концепту психолошке интерпретације, стицања пажње и психолошке мотивације примаоца порука за процес комуницирања. Од матема-

³ Рајлијевима се замера што запостављају конфликте, који су свакако део групне интеракције. Конфликти тако остају недовољно појашњен сегмент њиховог рада.

тичке теорије информација усваја терминологију, по којој је у процесу комуникације свака особа енкодер и декодер, тј. свака особа прима и шаље информације (Томић, 2003: 79). Тај процес је свакако уверавачког карактера, а најважнији конститутивни елемент процеса комуникације јесте реакција групе. Група путем кодирања тако врши комуникацију са другим културама, па се тај модел може назвати социјални и културни (Врег, 1975: 68). По Шраму, *поруке* имају посебну важност. У свакој комуникацији могу се разликовати примарне и секундарне поруке, а стицање пажње је предуслов комуникације. Примарна порука су речи емитента, а секундарна је израз на његовом лицу, кретање и гестови. Шрам излаже и тезу о успешној комуникацији, по којој порука мора да задовољи следеће услове: састављена је и пренесена тако да изазове пажњу онога коме је упућена, коришћени су сигнали тако да се „значење може пренети“, „подстичу се личне потребе примаоца, сугерише на који се начин могу задовољити потребе, тако да тај начин одговара датој ситуацији групе“ (Томић, 2003: 80). Шрам је утврдио да посебну улогу у групама има вођа као утицајна особа јер *кодира* примљене поруке и даље их прослеђује према специфичностима групног мњења. Равнотежа у групи је, по њему, изузетно важна и она се постиже консензусом.

Представници функционализма Лазарсфелд и сарадници утврдили су да су лични утицај и индивидуални ставови примарно социјални и да одражавају групне норме. *Групне норме* се дефинишу кроз интеракцију са члановима групе, при чему долази до сагласности мњења, које се догађа у породици, школи, са пријатељима и у организацијама. Масовни медији и масовна култура делују заједнички на ставове, вредности и искуства групе. Лазарсфелд и сарадници утврдили су да су групе „арене“ за све облике интерперсоналних комуникација – од ширења информација па до међусобног деловања.

Међусобни контакти и интерперсонално комуницирање примарни су облици комуникације путем којих се формирају ставови, усвајају вредности и веровања о свету. Интерперсонално комуницирање у групама зато има посебну важност јер је по природи двосмерно. Оно представља примарни облик социјалне интеракције путем које се учествује у животу, те се посматра као извор информација и као канал ширења садржина масовних медија. Међусобно комуницирање

јесте међусобно утицање на понашање и лични однос јесте важан у тој мери јер може да утиче на мењање ставова појединаца. Утицај на неког најбоље се показује у личном контакту. Лазарсфелд и сарадници дошли су до значајне „хипотезе о двостепеном току комуницирања“ (Врег, 1975: 45), од масовних медија до вођа мњења (вертикални ток), те од вођа мњења до чланова групе (хоризонтални ток). Тако се социолошким приступом масовном комуницирању усавршила *теорија о социјалној интеракцији*.⁴

У погледу ставова у групи значајна је теорија конгруенције коју је развио Чарлс Озгуд. Она се односи на ставове које људи имају према изворима информација и према медијима.

Према тој теорији, уколико дође до неуравнотежености између информације и особе или предмета на који се односи информација члан групе ће променити став према извору информација, у зависности од поверења. Члан групе ће, по правилу, изабрати ону концепцију или идеју која је ближа његовим погледима на свет и која је „конгруентнија“ (Томић, 2003: 84).

Оснивач теорије сазнајног несклада или когнитивне дисонанције је Леон Фестингер. Он је утврдио да појединац покушава да усклади своје мњење са групним мњењем ако порасте притисак према униформности групе и када појединац жели да остане у групи али су његови ставови ближи другим групама или су посебно важни за њега самог. Фестингер полази од тезе да су у сазнајном процесу два елемента у *нескладу* (дисонанцији) уколико супротност једног елемента представља особину другог. Ако се нека особа налази у сазнајном нескладу, или у каквој психолошкој неуравнотежености, код ње је најлакше мењати ставове, *најподложнија* је утицајима који долазе од неке друге особе или путем медија (Томић, 2003: 84).

Са овом теоријом повезани су следећи процеси који утичу на комуницирање: *селективно експонирање* (не желимо чути оно што ствара несклад), *селективна пажња* (бира се оно што је у складу са вредностима групе), *селективна ретенција* (памти се оно што је у складу са групним вредностима, а заборавља оно што није).

⁴ Истраживачи су превидели проблем девијантности у групама јер се група сматра хомогеном. Такође, фактор политичког плурализма је исто занемарен, а притисак на чланове, као и нови специфични друштвени услови, остају питања која чекају одговор.

Те врсте селекционих процеса могу значајно да утичу на перцепцију субјектата комуницирања и да одређују даљи ток комуникационог процеса.⁵

4. Специфичне улоге и односи између чланова примарне групе

Однос између чланова групе карактерише се као међусобно деловање или утицање, односно *социјална интеракција*, јер је праћен низом различитих реакција и међусобних утицаја. За комуникологију је важно како публика, мњење, комуницира и реагује на медијска саопштења. Сматра се да друштво (публику, мњење) чине различите јединице, примарне групе.

Члан има моћ да делује у групи, и тиме утиче на ставове других чланова групе, односно групе могу да делују и на друге групе. Сваки човек не реагује на информације само као појединац, него и као члан одређене примарне групе. На тај начин ствара се мрежа односа који се тумаче у контексту групе. Примарне групе карактеришу и посебне друштвене норме и навике које утичу на деловање сваког члана групе у колективном смислу. Основне карактеристике групе су:

- чланови морају бити у некој врсти међусобног односа или везе;
- чланови морају имати заједничке циљеве и интересе и треба да постоји смисао и сврха удруживања;
- чланови групе деле систем заједничких вредности или норми понашања;
- чланови групе развијају одређено понашање карактеристично за ту групу;
- чланови својим активностима одржавају стабилност групе;

⁵ Комуниколошке студије које су рађене у САД доказале су колико су селекциони процеси релевантни за перцепцију публике (групе) и њено учешће, посебно у политичком комуницирању. Ти процеси могу значајно да утичу на количину информација која се прима у комуникацији. Самим тим, необавештеност чланова групе може настати услед повиновања групним вредностима или нормама.

- чланови групе добијају одређени идентитет који захтева та група.

У односу на карактер и функцију групе, постоје три основне врсте група: породичне групе, неформалне пријатељске групе и формалне организоване групе (Томић, 2003: 69). *Осим породице, неформалне пријатељске групе указују на важност потребе за припадањем.* Слободно комуницирање са другима остварује се у пријатељским групама, које карактерише слободно удруживање. Унутар групе доминира непосредна *лична комуникација* међу свим њеним члановима. У формалне организоване групе спадају школске и универзитетске групе, професионалне и спортске организације, клубови младих, удружења итд. Сваки појединац у групи има одређену улогу. Улога представља начин понашања у групи и могу се разврстати у четири основне групе (Томић 2003: 71).

У погледу *улога у групи*, постоје: *професионалне улоге, старосне улоге, полне улоге и класне, односно статусне улоге.* Групе функционишу врло организовано у том погледу и понашају се као „организам“, поштујући формални или неформални договор, одржавајући равнотежу уз усмереност на колективно добро. Стога свака група функционише на основу извесне дозе привлачности која се јавља међу припадницима групе. Оно што највише утиче на привлачење чланова групе јесте *сличност у ставовима.*

Људи одржавају везе једино са онима за које их веже усаглашавање у ставовима и са онима који их надопуњују у погледу комплементарности. У групама се успоставља и одређена структура статуса, која представља вредност појединца у оквиру примарне групе. Чланови чији је допринос групи већи уживају статус омиљених или најутицајнијих чланова.⁶ Чланови групе користе различите вештине како би били не само активни учесници већ и како би својим ангажовањем допринели ефикаснијем функционисању групе. Оно што је посебно карактеристично за групе јесте интерперсонално комуницирање.

⁶ Групе могу имати *вођу* који има функцију да покреће и усмерава све чланове према остварењу заједничких циљева, као и да повезује групу са широм друштвеном структуром и другим групама.

Интерперсонално комуницирање је најелементарнији облик друштвеног комуницирања који се стиче у примарним групама. У погледу теорије социјалне интеракције, персуазивним (уверавачким) процесом настоји се деловати на ставове у смислу њиховог потврђивања, корекције или мењања. *Комуникативна компетентност* чланова групе је у интерперсоналној комуникацији одређена низом способности којима се остварује прилагођавање конкретної ситуацији. Постоје „статички“ и „динамички“ фактори интерперсоналног комуницирања. Статички фактори говоре о утицајима на интерперсонално комуницирање који потичу од различитог облика друштвене свести (обичај, морал, религија), од припадништва макросоцијалним групама (нацији, раси, слоју) и од различитог социјалног статуса (пола, старости, образовања). Интерперсонално комуницирање се одвија и изван примарних група са члановима других примарних и секундарних група. Могуће је разликовати четири типа тих мрежа у малој групи од пет чланова, а то су: кружна комуникациона мрежа или круг – сваки од чланова групе може непосредно да комуницира само са по два суседна члана; ланчана комуникациона мрежа или ланац – један од чланова заузима централни положај, па само он може непосредно да комуницира са два суседна члана; мрежа у облику слова „Y“ – један од чланова групе може да комуницира са три суседна члана, а остали само са по једним чланом групе или са два члана групе, комуникациона мрежа у виду точка – само један члан, који је у центру, комуницира непосредно са свим члановима групе.

Групе се спонтано развијају у фазама: *усмеравања, евалуацијске фазе и контролне фазе.*

Фаза усмеравања подразумева мноштво захтева за информацијама, као и напоре чланова да се усмеравају на тему. Друга фаза подразумева вредновање и анализирање, као и размену мишљења, док трећа контролна фаза подразумева давање предлога, упутстава члановима како би одредили заједнички смер акције (Рирдон, 1998: 165). Друштвене норме, ставови, правила понашања и вредности у примарним групама одређују и комуникацију појединца са њом. Важне људске потребе – *самосвест, самоизражавање, самопотврђивање и самообликовање* – значајне су духовне потребе које се данас задовољавају на другачији начин, сложеном комуникационом прак-

сом која се остварује путем савремених медија интернета и мобилних телефона.

5. Комуницирање у савременим друштвеним и медијским условима

Посебно је важно истраживати комуницирање у новим друштвеним и медијским условима имајући у виду убрзан развој нових технологија. Интернет простор нуди свет без граница између виртуелног и стварног и повезује људе у нове специфичне групе.⁷ Потреба за кооперацијом и повезаношћу у групама потврђује човека као социјално биће. Сврха комуникације у контексту примарних група је повезивање. Човек се у примарне заједнице повезује непосредним, личним контактом, упознајући се са другим особама, откривајући свој идентитет према познатим људима.

Савремене друштвене мреже значајно утичу на појам друштвености и мењају га према новом схватању и проширењу појма „дружење“. Људи данас путем друштвених мрежа деле вредности, идеје, интересе, ставове, сродство итд. Ток порука путем друштвених мрежа је нешто измењен у односу на непосредно интерперсонално комуницирање. Изузмимо ли „лице у лице“ дијалоге, комплетна комуникација данас може да се обавља путем Твитера, Фејсбука или Гугла и путем других друштвених мрежа, било јавно било приватним порукама.

Брза комуникација у потпуности замењује навике преношења поруке слањем СМС-ова (*Short Message Service*) или телефонирањем. Доста примарних група међусобно комуницира новим друштвеним медијима.

Савремени медијски услови су учинили да се чланови неке групе свакодневно дописују (комуницирају) са својим пријатељима или породицом путем Твитера и Фејсбука. Требало би рећи да интернет поруке, које се примају само у текстуалном виду, нису доступне

⁷ Поља нових комуниколошких истраживања премештају се на интернет јер је то данас важан дигитални медиј који брише простор и време док се свет претвара у „глобално село“ (М. Маклуан).

корекцији, односно не садрже аудитивни и визуелни карактер (осим путем Скајпа) који даје простор за исправку.

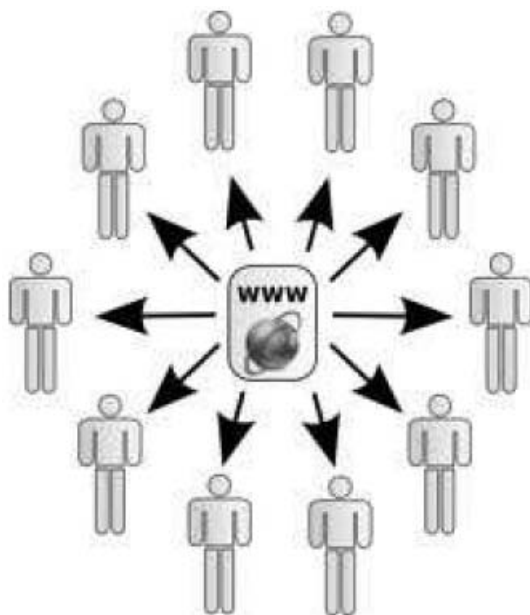


Схема 1. Интернет заједница

Такође, особа не може да повратно коригује информацију. У комуникацији са људима који су окупљени око неког задатка у акцијским или катартичким групама, а који се недовољно лично познају, требало би најпре упознати људе са општим правилима комуницирања а потом ступити у комуникацију. Корисници интернета су, као припадници савременог друштва, све чешће условљени одређеним новим правилима понашања, карактеристичним за комуницирање путем нових медија.

Комуницирање у групама путем интернета носи одређена обележја у виду одређених друштвених правила и норми. Неки аутори⁸ таква правила називају „нетикеција“ или „нетикета“. Тај појам је кованица која карактерише понашање (комуницирање) чланова

⁸ Извор: <http://www.albion.com/netiquette/book/index.html>, посећен 16. августа 2012.

заједница путем интернета. Нетикеција или нетикета (енгл. *net* + фр. *etiquette*) може се дефинисати као неформалне смернице за прихватљиво понашање на интернету, које су развили његови корисници. Те смернице су развијане у дужем временском периоду у разнородним виртуелним окружењима и заједницама. Такав нови појам је скован од енглеске речи *Net* – што означава мрежу, и *etiquette* – што означава карту или улазницу. Нетикеција заправо значи „улазница“ у свет културе, поштовања друштвених правила и норми на интернету.

Нетикеција означава нову културу комуницирања у виртуелним заједницама, која је друштвено прихватљива и односи се на:

- комуникацију путем електронске поште;
- учествовање у дискусионим групама;
- комуникацију током четовања;
- комуницирање путем друштвених мрежа.

Друштвене норме се дефинишу као „утврђени образац понашања“ (Клајн, Шипка, 2008: 840). Норме се схватају и као скуп правила и понашања. Оне чине део идентитета било ког друштвеног колектива. Ново сајбер окружење подразумева „часну“ и достојанствену комуникацију која никог не провоцира и не угрожава. Таква комуникација подразумева да се они који крше те норме, чланови одређеног друштва, игноришу или изопште из стварне или виртуелне заједнице (екскомуникација). Пошто интернет представља јединствен сајбер простор на ком се окупљају људи из различитих културних средина, сајтови попут Фејсбука својим корисницима дају неки вид кодекса понашања у делу „Услови и политике“, односно „Стандарди Фејсбук заједнице“. Многе групе имају стандардну праксу понашања и саопштења у облику јавних текстуалних датотека под називом *FAQs* (*Frequently Asked Questions* или *често постављана питања*). Очекује се да се нови чланови упознају и понашају у складу са тим стандардима. Добра подлога за сузбијање узнемиравања (флејмовања, троловања, спамовања) или провоцирања чланова неке групе су мање групе људи који се добро познају и који деле колективни идентитет. Флејмовањем се сматра слање неуљудне и непажљиве поруке која се може доживети као увреда или повреда групне норме или правила на интернету. Таква

порука може произвести низ других нежељених порука или чак рат нежељеним порукама. *Флејмовање* је често емотивна реакција на поруку или коментар који чланови одређене групе сматрају неприкладним. Са социолошког аспекта гледано, важна друштвена вредност данас јесте вештина комуницирања и способност употребе информационо-комуникационих технологија (ИКТ).

Наведене способности су важне у смислу умрежавања и комуницирања у групној конверзацији. Нови систем комуницирања и социјалне интеракције је одраз савременог света који живи ујурбано и који комуницира путем дигиталних медија.

Нетикеција као скуп правила, норми понашања, представља услов за цивилизовано комуницирање и груписање људи. Разлике у ставовима и вредностима у групама треба да се превазилазе консензусом. Интернет је данас снажан комуникацијски центар за размену мишљења, за дебате и преношење порука. Интеракција коју он развија је: комуникација између два комуникатора као *e-mail*, један комуникатор са многима (*listery*), слање порука базама података (*news group*), комуникација у реалном времену (*chat*), много комуникатора са многима (*peer to peer*) (Ваг, према: Тапавички Ђуроњић, 2011: 190). Специфичности комуникације на интернету се огледају у више ставки. Просечан корисник проведе на интернету више сати. Популација ученика проводи дневно око 120 минута само на интернету (Милетић, 2009). Радне групе и професионалци проводе много више времена комуницирајући или информисујући се путем тог медија. Комуникација путем интернета у групама преко чета је најчешће истовремена али није *in vivo* или „лицем у лице“. Време и начин, као и сам комуникациони чин на интернету су врло специфични. Посебно су интересантни интернет форуми и блогови. Блогове често користе различите катартичке, акцијске и друге пригодне неформалне групе људи. Блог или веб-лог (скраћено блог, од енгл. *web log, blog*) чини низ хронолошки организованих уноса текстова који се приказују на веб-страницама (углавном су уноси сортирани од најновијих ка старијим), путем аутоматизованог софтвера који омогућује веома једноставно креирање и вођење блога. Водитељи блогова могу се сматрати вођама или комуникаторима који намећу, предлажу тему за разговор. Таква нова комуникациона интеракција са контекстуализованим нормама и специфичним правилима одређене групе треба да буде предмет

нових комуниколошких истраживања. У складу са наведеним, може се рећи да у савременом свету друштвене мреже имају пуно индивидуалних али и групних корисника, те се комуникација непрестано одвија путем нових медија и захтева нове научне интердисциплинарне приступе којима се настоје открити специфичности људског комуницирања.

6. Закључак

У овом раду је дат теоријски допринос изучавању комуникационе праксе и наведене су поједине специфичности савременог друштвеног комуницирања.

Примарне и секундарне групе чине конститутивни део друштва и појединац се стога мора научно посматрати као припадник одређених група. Социјална интеракција се изучава у оквиру препознавања различитих улога појединаца у комуникацији, откривања посебних процеса селекције, као и читавог низа психолошких и социјалних услова у којима групе и њихови чланови функционишу. На нове друштвене промене савремена наука би требало да одговори свеобухватним и интердисциплинарним приступом.

Друштво се посматра као скупина мноштва група које међусобно комуницирају путем масовних медија и остварују интеракцију, како унутар групе тако и са другим групама. Кључни сегмент функционисања групе је добра интерперсонална комуникација, као и познавање друштвених и групних норми. Равнотежа и консензус потврђују функционисање групе као „организма“ који делује на бази заједништва. У погледу утицаја и контроле, од изузетног значаја је и процес уверавања чланова од стране вође.

Можемо закључити да би у изучавању комуницирања требало узети у обзир нове друштвене и медијске услове, који убрзано мењају нашу традиционалну друштвену животну концепцију и који захтевају сложена истраживања друштвеног комуницирања.

Литература

1. Богданић, А. (1996). *Комуникологија, водећи правац*, Чигоја, Београд.
2. Врег, Ф. (1975). *Друштвено комуницирање*, Загреб.
3. Вуксановић, Д. (1975). *Филозофија медија – онтологија, естетика, критика*, Факултет драмских уметности у Београду и Чигоја штампа, Београд.
4. Клајн, Иван, Шипка, Милан (2008). *Велики речник страних речи и израза*, Прометеј, Нови Сад.
5. Милетић, М., *Школа, медији и доколица у животу младих у Србији*, „Посебно издање Културе полиса“, 37–54, на сајту: <http://kpolisa.com/KPP2009/kpp09-2-MirkoMiletic.pdf>.
6. Милетић, М. и Милетић, Н. (2012). *Комуниколошки лексикон*, Мегатренд универзитет, Београд.
7. Радојковић, М., Милетић, М. (2005). *Комуницирање, медији, друштво*, Београд.
8. Радојковић, М., Црнобрња, С. (1990). *Средства масовних комуникација*, Завод за уџбенике и наставна средства, Београд.
9. Reardon, Kathleen (1998). *Интерперсонална комуникација, где се мисли сусрећу*, Алинеа, Загреб.
10. Тапавички Ђуроњић, Тања (2011). *Комуницирање у медијасфери*, Библиотека Знакови, Београд.
11. Томић, З. (2003). *Комуникологија*, Београд, Чигоја.
12. Virginia Shea са сајта *Netiquette* (online ed.) book.

COMMUNICATION AND SOCIAL INTERACTION IN PRIMARY GROUPS

SUMMARY: This paper is an overview of the critical theory of communicative interactions in group. The first part of the paper are considered contributions to the understanding of the specific theory of communication and social interaction in primary groups. In the second part of the paper, social interaction, social norms, as well as rules of behavior in groups, are

analysed in new media terms. A new concept of Netiquette is analyzed in this paper. It includes social norms or decency, as one of the main rules of behavior and communication on the Internet.

KEYWORDS: *communication, interaction, primary groups, social norms, netiquette.*