



KOLEKTIVNI, SELEKTIRANI, TEMATSKI PROJEKT HDLU-a ISTRE

KOMUNIKACIJA

*U bivstvovanju se ne možemo „ne ponašati“, što znači da se ne može „ne komunicirati“
(Paul Watzlawick)*

Komunikacija postoji uvijek: sa samim sobom, između sebe i okruženja, oblika, ideja, osoba. I šutnja je čin komunikacije. Svaki čin ponašanja, kao reakcija na nešto/nekoga, jest komunikacija, jer svaka gesta nosi neku verbalnu ili neverbalnu poruku.

Kakvoće komunikacije: skladna, neskladna, ujednačena, svečana, ciljana, argumentirana, bez argumenata, u afektu, itd..

Određenja komunikacije: slobodna, određena/limitirana, zabranjena..

Razmjena znakova i/ili kombinacija znakova između ljudi jest društvena komunikacija

Postoji komunikacija: između drugih organizama koji nisu ljudi; između tehničkih sustava, ona se često naziva prijenos informacija, društvena komunikacija je posredovanje znakova povezanih ljudskim mišljenjem. Faze ovog procesa su kodiranje, prijenos i dekodiranje znaka/poruke.

Može se dogoditi višeznačnost poruke, koju recipijent(i) može različito razumjeti.

Razvoj sposobnosti govora povećao je prijenos informacija i potaknuo razvoj mišljenja. Izumi slikovnoga pisma i abecede, zapisivanje znakova, omogućavaju očuvanje poruka i bolju komunikaciju između dužih vremenskih razdoblja, civilizacija (zakon, roman, esej, poezija).

Suvremeni načini su: tisak, telefon, radio, TV, film, sateliti, internet...

Neverbalni sustavi komunikacije: taktilni - gluhoonijemi, slijepi; gestualni - zagrljaji, rukovanje; vizualni - lik. umjetnosti, oznake za promet, semafori, Morseovi znakovi, *smiley*, *emoji*; mirisni znakovi, kod životinja, ali i kod ljudi, itd..

Izravno komuniciranje: kad nema tehničkih posrednika između pošiljatelja i primatelja (izvršava se ljudskim emitivnim komunikacijskim načinima: govor, kretnje, mimika, te receptivnim osjetilima: sluh, vid, opip).

Posredno komuniciranje oslanja se na tehničke nosioce slike i/ili zvuka: papir, uređaji za transfer audio i videosignala) i spravama za dekodiranje (komuniciranje putem medija).

Karakteristični primjeri komunikacije:

- jedan pošiljatelj, jedan primatelj: pismo, e-mail, SMS, zapovijed
- dvosmjerna komunikacija: razgovor, telefonski ili videorazgovor
- jedan pošiljatelj, mnogo primatelja: predavanje, govor, knjiga, radio, TV
- mnogo pošiljatelja, jedan primatelj: glasanje na izborima, izbor pjesme, izbor ljepotice i sl.
- mnogo pošiljatelja, mnogo primatelja: rasprava u skupini, *chatroom*, ali i revolucija, rat.

LIKOVNOST

Likovno oblikovanje i svi drugi vidovi umjetnosti imaju u sebi ugrađen komunikacijski segment bez obzira radi li se o monologu ili ponuđenom dijalogu.

Djelo, cijeli rad ili njegovi segmenti, postaje ideogram.

Sva je povijest umjetničke prakse dekodiranje usmjerenih poruka, iniciranih komunikacija koje su upućene na iščitavanje poznatom ili nepoznatom promatraču.

Likovna je rečenica tijekom povijesti uglavnom bila oblikovana narativno i obilježena umjetničkim senzibilitetom ili dostignućima likovnih tehnika.

U suvremenoj umjetnosti likovna poruka postaje sve osobnija i nezavisnija od tumačenja i/ili razumijevanja publike. Također, više ne mora biti namijenjena niti određenom krugu, već je dovoljna kao autorov osobni iskaz. I taj način ima u sebi iniciranu komunikaciju.

Kontekst komunikacije određuje referencijalnu funkciju: poruka se odnosi (referira) na predmet o kojem komuniciramo. Umjetnici, prema svojim sklonostima, upotrebljavaju predmete/pojave čineći od njih znakove novog jezika, stvarajući u umjetničkom djelu novi, autorski kod.

Dobivenu situaciju promatrač dekodira sukladno ponuđenim poetikama i svom osobnom senzibilitetu. Kontekst komunikacije neminovno uključuje mnoge kulturološki određene elemente koji iskazuju značenje poruke, pr.: interes i pobudu sudionika, autora i promatrača.

Visoki nivo i raznolikost komunikacije je ono što čovjeka razlikuje od drugih živih bića. Komunikacija se razvija na tri razine: na razini opstojanja (zajedništvo vitalnih simpatija i interesa), svijesti uopće (zajedništvo na temelju onoga što povezuje sve ljude kao razumska bića) i na razini duha (zajedništvo na temelju ideje).

Razvoj masovnih medija je u 20. stoljeću snažno odredio ekonomske, političke, socijalne i obrazovne odnose pa ih, zbog velikog utjecaja, nazivaju „polugama vlasti“. Masovni su mediji za većinu ljudi najvažniji izvor informacija i zabave. Istodobno moćnim društvenim grupacijama služe kao sredstvo uvjeravanja i promidžbe. Zbog toga masovni mediji podliježu, nažalost, formalnoj (interesnoj) zakonskoj regulaciji. U godinama 2020. i 2021. svjedočimo jednostranoj komunikaciji dirigiranih medija koju možemo nazvati diktat, direktiva, diktatura. Klasično poimanje masovnoga komuniciranja postalo je problematično jer se u svjetskoj mreži prepleću javno i privatno, kao i jednosmjerno i uzajamno komuniciranje mnoštva pošiljatelja i primatelja koji mogu mijenjati čak i svoj virtualni identitet, od stvarnoga do izmišljenog. Informacije se mogu kontrolirati, usmjeravati. Tome svjedočimo u recentnom povijesnom vremenu.

Volio bih da ove natuknice potaknu stvaralačke ideje za projekt koji želim ostvariti. Selektirana će biti promišljanja koja propituju temu projekta. U sadašnjosti, koja je proklamirana globalističkom, zbog - kao mamac povoljnih, pa drastično ograničenih, mogućnosti komunikacije, predmnijevam da će projekt ponuditi naznake recentnog povijesnog trenutka. Neki će autori/ice prikriveno plasirati poruku. Vjerojatno, neki drugi će pribjeći ilustraciji pojma. Pretpostavljam da će netko humorno dotaknuti temu na sebi svojstven, autorski način.

Veselim se kreativnoj suradnji i unaprijed zahvaljujem na učešću! Likovni projekt će biti oblikovan prema prevladavajućim intencijama većine ponuđenih radova.

Eugen Borkovsky, 2021.