

Mr. sc. Lejla Turčilo  
Fakultet političkih nauka, Sarajevo

## INFORMACIJA JE SVUDA I SVE JE INFORMACIJA

**Prikaz knjige:** Fahira Fejzić, *Uvod u teoriju informacija*, Promocult, Sarajevo, 2008.

Najvažnija odrednica 21. stoljeća jeste da živimo u informacijskom dobu ili društvu znanja. Budući da između informacije i znanja postoji uzročno-posljedična veza (jer je informacija rezultat obrade, manipulacije i organiziranja podataka na način koji dodaje znanje primatelju, odnosno minimizira/reducira njegovo neznanje), razumijevanje društva znanja, odnosno razumijevanje današnjice općenito zasnovano je na razumijevanju informacija. Stoga je za sve one koji se bave savremenom društvenom teorijom i praksom, a posebice za one kojima su informacije i predmet i metod profesionalnog angažmana (dakle za novinare i specijaliste poslovne komunikologije i odnosa s javnostima), jedno od fundamentalnih područja interesa teorija informacija. Ova nauka, konstituirana još u zlatno doba antike, i neposredno povezana s teorijom komunikacija (komunikologijom), teorijom medija i drugim srodnim mediološko-komunikološko-informatološkim disciplinama, na početku 21. stoljeća značajno redefinira neke svoje klasične postavke, prilagođavajući ih novim medijskim tehnologijama i na njima zasnovanim novim modelima komuniciranja. U tom je smislu, posebno na bosanskom/hrvatskom/srpskom jezičkom području primjetan nedostatak recentne literature iz ove oblasti, koja bi, pored temeljnih odrednica informacijske teorije i znanosti, zabilježila, akcentirala i interpretirala nov(ij)e fenomene vezane za informacijsko društvo (te su tako studenti, ali i svi drugi zainteresirani za područje teorije informacija uglavnom orijentirani na klasike poput Tome Đorđevića, Muhameda Nuhića, Tvrtka Kulenovića i dr.). Upravo taj nedostatak popunjava knjiga *Uvod u teoriju informacija* dr. Fahire Fejzić, docentice na Fakultetu političkih nauka u Sarajevu.

Knjiga, u izdanju sarajevskog Promoculta, nudi nekoliko novina u pristupu izučavanju (i podučavanju) teorije informacija, koje je čine ne samo vrijednom u teorijskom i znanstvenom smislu nego i privlačnom i zanimljivom

za mlađe generacije. Prije svega, odlikuje je izuzetna metodološka postavka: 200 stranica podijeljeno je u dva ključna dijela, od kojih prvi, kroz 17 poglavlja, razmatra osnove teorije informacija, a drugi, kroz dodatnih 13 poglavlja, primjenjuje sveobuhvatnu informacijsku teoriju na novinarsku informaciju i PR informaciju. Prvi je dio tako usmjeren na širi auditorij, na sve one koji su na bilo koji način i iz bilo kojih pobuda zainteresirani za oblast informatologije i njene ključne pojmove (informacija, komunikacija, ethos-pathos-logos informacije, novum, entropija, degentropija, redundancija i dr.). Drugi, pak, dio za svoju ciljnu publiku uzima uglavnom medijske profesionalce s obje strane komunikacijskog procesa (i novinare i specijaliste za odnose s javnošću), nudeći im teoriju novinarskih žanrova, teoriju odnosa s javnostima, te interpretaciju medijske i informacijske globalizacije svijeta, virtualnosti u području komunikacija i odnosa lokalno-globalno u informacijskoj znanosti. Svi navedeni pojmovi i aspekti teorije informacija osvijetljeni su iz najmanje tri ugla: klasična teorijska postavka nadgrađena je stavovima domaćih (bosanskohercegovačkih) autora i obogaćena mnogobrojnim primjerima iz savremene komunikacijske i/ili medijske prakse. Tako je teorija istovremeno primijenjena na praksu, ali i na bosanskohercegovački kontekst, što knjigu čini izuzetno zanimljivom za čitanje. I ne samo to: ovo je knjiga ugodna oku, što se može ubrojati u njene dodatne kvalitete, koji su u novije vrijeme izuzetno dobili na značaju, budući da živimo u dobu slika, u globalno vizualnoj kulturi, u kojoj onom što nije slikom predstavljeno rijetko dajemo kredibilitet, a još rjeđe prostor u svojoj memoriji. I premda bi se mogao naći poneko od takozvanih „klasičara“ u teoriji ko bi ovakvu vrstu teorijske literature oplemenjene ilustracijama i fotografijama okarakterizirao kao „pojeftinjenje“ znanosti, to s ovom knjigom nipošto nije slučaj. Autorica je, naprosto, poučena vlastitim pedagoškim iskustvom i radom sa studentima, prepoznala tendenciju mlađih generacija da se orijentiraju na vizualno i prilagodila se tom trendu, ne oduzimajući pritom ništa od znanstvenog diskursa koji slijedi. Svako poglavlje započinje navođenjem temeljnih pojmova kojima bi čitatelj trebao vladati nakon čitanja, a koji su u najkraćem definirani na marginama knjige i detaljno analizirani u tekstu, a završava vježbama ili *case study*, putem kojih čitatelj može provjeriti koliko je (i kakvo) znanje stekao nakon čitanja tog dijela knjige, te referencama kojim autorica usmjerava na vodeća djela i autore koji mogu pomoći u proširivanju znanja iz određenog dijela teorije informacija.

Ovakav metodološki pristup knjigu *Uvod u teoriju informacija* čini, prije svega, udžbenikom koji će studentima novinarstva, poslovnog komuniciranja i komunikologije uopće dati temeljna znanja o temeljnoj znanosti vezanoj za komunikacije i informiranje. Ali, knjiga je i mnogo više od toga: ona

je i znanstvena analiza naizgled općepoznatih termina (informacija, komunikacija, mediji i sl.); ona je i znanstveni osvrt na suvremene fenomene u medijskoj, ali i političkoj i kulturnoj sferi današnjice (budući da svaka od ovih sfera počiva na komunikaciji i ne može bez medija). Istovremeno, ona pledira za povratak digniteta medijskoj profesiji i revitalizaciju njene emancipatorske funkcije. To je neka vrsta apela za razvijanjem «kritičke pedagogije medijske kompetentnosti» koju u suvremenoj komunikologiji utemeljuje Thomas Bauer, odnosno za povećanjem medijske pismenosti najprije kod onih kojima su mediji i ljubav i usud i kojima je “svod od olovnih slova”, kako to slikovito opisuje Miljenko Jergović, natkrio polje profesionalnog interesa.

Posljedično, a na tragu Poppera, autorica, uhvativši se nimalo lakog zadatka pisanja za one koji će ubuduće pisati, iskazuje nadu u mogućnost konstituiranja samoodgovornog građanskog društva u kojem bi mediji mogli biti “(komunikativno) mjesto razmjene društva o sebi”, kako predviđa Bauer. Informacija je svuda i sve je informacija, a oni koji je kreiraju i oni koji je konzumiraju, koliko god često voljeli vjerovati u suprotno, nisu za to u potpunosti kompetentni bez poznavanja teorije, koju dr. Fahira Fejzić u svojoj knjizi *Uvod u teoriju informacija* predstavlja na znanstveni, ali živ, dinamičan i “medičan” način. Zato je ovo knjiga koju, svakako, treba pročitati.