

DISKURZIVNI KARAKTER IDEOLOGIJE*

Osnovna pretpostavka ovog rada je da su ideologije izražene i reprodukovane u diskursu i komunikaciji, uključujući i paleosimboličku dimenziju koju u sve većoj meri afirmišu informaciono-komunikacione tehnologije. Ideologija svoj društveni karakter duguje jeziku i govoru, odnosno diskursu. Društvene predstave, odnosi i strukture se često konstituišu, procenjuju, normalizuju i vrednuju, odnosno legitimišu kroz društvene prakse – pomoću teksta i govora. Jedan od načina da se ideologiji pristupi kao društvenom fenomenu jeste pratećenje njenih *efekata* u diskurzivnim društvenim praksama. U radu je istaknut stav da se ideologija ne može svesti na diskurzivne prakse, ali da njenu genezu, društvene funkcije i smisao, odnosno reprodukciju nalazimo u njima – to je smisao stava da diskurs otkriva *semantički identitet ideologije*, ali je ne obuhvata u potpunosti.

Ključne reči: ideologija, diskurs, komunikacija, tehnologije, društvo.

UVOD: IDEOLOGIJA, DRUŠTVO, KOMUNIKACIJA

Pojam ideologija koristi se, u najširem smislu, da označi ideje ili sisteme ideja kojima se opisuje društvena stvarnost, proizvodnja značenja i vrednosti u društvenom životu. „lažne“ i „iskrivljene“ predstave koje istovremeno prikrivaju i legitimišu dominaciju, sistematsko remećenja komunikacije ili forme mišljenja koje odražavaju društvene interese (Eagleton, 2007). Interpretacije pojma ideologije kod teoretičara poput Luja Altisera, Antonija Gramšija, Jirgena Habermasa, Mišela Fukoa, Kliforda Gerca, Alvina Guldnera – da pomenemo samo neke od istraživača, doprinela su promeni onog što se može nazvati klasičnim shvatanjem ovog pojma, prisutnim u radovima od De Trasija do Karla Marksa, a kasnije delimično i u radu Karla Manhajma. Tradicionalno shvatanje ideologije njene tragove je nalazilo u *svesti* društvenih aktera – da li kao „lažni“ i „iskrivljeni“ oblik svesti ili kao *Weltanschauung*. Pomeranje u shvatanju ideologije, uz konceptualne inovacije, redefinicije, kritike i analogije sa „ideološkim državnim aparatima“ (Altiser, 2009), „epistemama“ (Fuko, 1971), „kulturnim sistemima“ (Gerc, 1998) ili „komunikativnim delanjem“ i „diskursom“ (Habermas, 1986), ogleđa se u potrazi za koherencijom i dinamikom ideoloških formacija u kolektivnim diskurzivno-društvenim praksama. Ideologija tako postaje transpersonalizovana i anonimna. Nju je

* ladum@neobee.net

sve teže pripisivati² svesti i ponašanju kolektivnih društvenih aktera (klasa), a njena neuhvatljivost i institucionalna nevidljivost doprinose tome da neki teoretičari razmišljaju o „kraju ideologije“.

Rana ili tradicionalna shvatanja ideologije (posebno kod Marksa, Engelsa i Lukača) polazila su od toga da je u pitanju fenomen koji se javlja i postiže određene efekte u *svesti* društvenih aktera. Ideologija kao oblik „lažne svesti“ izražava ili skriva društveni i politički položaj, stav i interese jedne klase – buržoazije. Međutim, postoje najmanje dva problema shvatanja ideologije kao „lažne svesti“: jedan je da, tako shvaćena, ideologija nema svoje jasne empirijske manifestacije (izdvojeno polje u kojem bi se nedvosmisleno ispoljavala) i da se u većini slučajeva, mora samo apstraktno analizirati; drugi je razdvajanje ideologije od materijalnog i konkretnog nivoa egzistencije, naglašavajući samo njenu subjektivnu i individualnu dimenziju (Dant, 2011: 195). Prvu kritiku takvog shvatanja nalazimo već kod Karla Manhajma gde ideologija postaje *par excellence* društveni fenomen, koji se manifestuje u nekoliko ravni (partikularni, totalni i opšta forma totalnog pojma ideologije). Jedno od važnih obeležja njegovog shvatanja ideologije jeste kritika učenja o ideologiji kao iskrivljenoj, pogrešnoj, odnosno lažnoj svesti, lažnom diskursu – patološkom govoru. Razlika interpretacije ovog pojma u sociologiji znanja kako je on video i ranijih shvatanja, najpre se svodi na razliku između partikularnog i totalnog pojma ideologije, zato što društveni uslovi ne izazivaju samo „iskrivljavanje“ pojedinih stavova, tvrdnji i gledišta, nego uslovljavaju i osnovnu logičko-kategorijalnu strukturu (Manhajm, 1978). Dakle, Manhajm ne govori samo o psihološkoj i individualnoj ravni mišljenja, već i o noološkoj strukturi mišljenja. Poseban društveni položaj (bilo koje) grupe, njeni karakteristični interesi i delatnosti uslovljavaju da njeni članovi vide društvenu stvarnost iz specifične perspektive iz koje se ne može sagledati celina. Povezanost znanja i ideologije sa društvenim uslovima, verovao je Manhajm, moguće je otkriti istorijskim a ne individualno-psihološkim metodološkim postupkom. Dakle, društvene grupe postaju predmet proučavanja a ne pojedinci, a ideologija postaje izjednačena sa *društveno uslovljenim mišljenjem*. Takvim shvatanjem Manhajm je doprineo „neutralizaciji“ tradicionalnog shvatanja ideologije koje je bilo nerazdvojno povezano sa problemom istine (jer ukoliko postoji „lažna svest“, njena suprotnost je „istinita svest“). Manhajmov *panideologizam*, odnosno shvatanje da ideologija nije obeležje jedne društvene klase, već društveno uslovljeno mišljenje (svih klasa), otvorilo je put za mnoga kasnija istraživanja i pristupe ideologiji koja je ne interpretiraju kao pitanje (lažne) svesti (neke društvene klase ili grupe), već kao pitanje društvene interakcije i prakse, odnosno kao problem društvenog determinizma.

Pitanje „lažne“ svesti kao neka vrsta trajne stigme ideologije i uopšte, problem odnosa ideologije prema istini, vrlo je važno i složeno pitanje.³ U savremenim

² Pojam *pripisivanja* se u ovom kontekstu odnosi na pristup i formulisanje problema u radu Artura Čajlda (Child, 1941; Child, 1944).

³ Pojam „lažne svesti“ je prema mišljenju Stjuarta Klega (Stewart R. Clegg) održiv samo ako osoba ima nepromenljiv, istinski identitet koji je sposobna da prepozna. Ideologija nije više pogrešno prepoznavanje

istraživanjima ideologije, na drugačiji način postavljeno, to je pitanje u kojoj meri je ideologija „subjektivna“ ili „objektivna“ tvorevina. Da li je nalazimo u psihološkoj strukturi ili ona potiče iz širih i opštijih aspekata društvenog života?

O ideologiji, sa jedne strane, može se razmišljati kao o filozofskom pojmu, dok sa druge, ona je pojava ukorenjena u društvu i zasnovana na odnosima među ljudima. Slavoj Žižek u *Mapiranju ideologije* razmišlja o njoj kao o neophodnom medijumu u kojem pojedinci proživljavaju svoje odnose – ona „dolazi“ baš kada je ne očekujemo i kada verujemo da je nema, dok ostaje skrivena upravo onda kada očekujemo da se pojavi (Žižek, 2012). Iako je možemo promišljati filozofski, psihološki, lingvistički i antropološki, ideologija je *par excellence* sociološki fenomen. Uprkos svojim nejasnim empirijskim formama, ona je istovremeno deo društvenih odnosa i praksi, ali i deo naših predstava o društvenoj stvarnosti. Ne čude zato savremeni pozivi teoretičara na multidisciplinarnost u istraživanju ideologije, poput Van Dajkovog. On smatra da teorija ideologije u prvom redu treba da bude multidisciplinarna. O ideologiji je neophodno razmišljati kroz trijedat spoznaje, društva i diskursa (Van Dijk, 2006: 16-17). Gregor Meklenan ističe tri uslova koja ispunjavaju ideje i verovanja koja se nazivaju ideološkim: ideje moraju biti zajedničke znatnom broju ljudi; one moraju da čine neku vrstu koherentnog *sistema*; na neki način moraju biti povezane sa primenom *moći* u društvu. U tom smislu, ideologija je neka vrsta „opšteg okvira“ ili „struktura velikih razmera“ za sve one ideje i verovanja koje nude koherentnu ali nepotpunu kritiku stvari kakve jesu (prema: Prajs, 2011: 107).

U savremenim istraživanjima ideologije, još uvek su prisutne podele na „negativna“ i „pozitivna“, odnosno na „negativna“ i „neutralna“ značenja ideologije (Prajs, 2011: 106). Ipak, u istraživanjima istorijske geneze ideologije kao tvorevine moderne epohe, koja nastaje u krilu građanskog društva⁴ – zahvaljujući transformaciji od „reprezentativne“ ka „kritičkoj“ javnosti (Habermas, 2012) – može se govoriti o dve velike amplitude: od neutralnog ka vrednosnom i od vrednosnog ka neutralnom konceptu ideologije (Marinković, 2006a; Marinković, 2011). Ideologija je neka vrsta „semantičkog eksperimenta modernosti“ (Luhmann and Behnke, 1994), istorijska pojava čije društvene tragove prepoznavamo u poslednjih nekoliko vekova, uporedo sa razvojem građanskog društva. Ona je manje ili više vidljiva i prisutna u svim „relativno autonomnim konkretnostima“ društvenih sfera nauke, politike, umetnosti ili religije, svakodnevice i tehnologiji, ali je sa druge strane „osuđena na večiti život“ u teorijskom i apstraktnom prostoru mišljenja *epohe* (Marinković i Ristić, 2012: 497) kao „jednoj neposredno slabo vidljivoj paradigmi čitavog razdoblja koje stoji u znaku moderne“ (Marinković, 2003).

pravih interesa osobe i njenog identiteta, već postaje neprepoznavanje ili poricanje osobe kao decentrirane, fragmentarne i nepostojane. To znači da su sve vrste govora, predstavljanja i društvene prakse koje tvrde da ljudska bića imaju neku posebnu prirodu koja je na neki način neizbežna, možda „prirodna“, zapravo ideološke (Clegg, 1997; Ber, 2001).

⁴ Stvaranje ideološkog modela mišljenja neodvojivo je od stvaranja i uspona građanske javnosti i novih – ideoloških modela vizije sveta, koji su u suprotnosti sa dugotrajućom antičkom i judeo-hrišćanskom strukturom tragične vizije sveta (Marinković, 2003; Marinković, 2006).

Istraživanje ideologije moguće je u rasponu od *mentalnih predstava* do *društvenih praksi*, što znači da ona ima i *subjektivnu* i *objektivnu* dimenziju. Iz tog razloga u analizama se susreću različiti pristupi koji više pažnje poklanjaju ili njenim „idealističkim“ ili „materijalističkim“ aspektima. Tako Stjuart Hol piše da je ideologija mentalni okvir koji obuhvata jezike, koncepte, kategorije, zamisli i sisteme predstava koje različite klase i društvene grupe razvijaju kako bi učinile smislenim, shvatile i učinile razumljivim načine na koji društvo deluje (Hall, 1996). Van Dijk tom shvatanju dodaje stav da se ideologije ne ograničavaju na „davanje smisla“ društvu, već da služe i za uređenje društvenih praksi (Van Dijk, 2006: 22).

Relativno noviji pristupi i analize ideologije⁵ interpretiraju je i povezuju sa različitim oblicima društvenih praksi. Tako je u pristupu Martina Selidžera (Martin Seliger) ideologija prvenstveno *sistem uverenja* (*belief system*); ona obuhvata ideje i predstave kojima ljudi objašnjavaju i opravdavaju sredstva organizovane društvene akcije, specifično političke akcije (Eagleton, 2007: 6-7). Jedan od teoretičara koji je prvi istraživao veze ideologije i diskursa bio je Alvin Guldner, koji je smatrao da nas analize ideologije u modernom svetu vode ka širem univerzumu diskursa i da ne možemo razumeti ideologiju bez „elaboriranih“ i „restriktivnih“ lingvističkih kodova⁶ ili kulture „kritičkog diskursa“ obrazovanih ljudi, intelektualaca ili inteligencije (Gouldner, 1976: 118). Alvin Guldner je ideologiju video kao istorijski fenomen, odnosno racionalni projekat Moderne, koji nastaje uporedo sa razvojem nauke na Zapadu. Pod uticajem Habermasovih shvatanja, Guldner začetke ideologije vidi još u Prosvetiteljstvu, dok ona svoja nova oblića dobija zahvaljujući tehnologijama masovnih komunikacija (Gouldner, 1976). Luj Altiser je ideologiju i represiju video kao dva suštinska načina funkcionisanja državnih ideoloških aparata – u formi određenih i „specijalizovanih“ institucija (Altiser, 2009). Pjer Burdije je proizvodnju (dominantne) ideologije povezivao sa simboličkim oblicima kapitala (Bourdieu, 1998) i *javnim diskursom* (Bourdieu et Boltanski, 2008), dok Joran Terborn, jedan od savremenih neomarksističkih istraživača ideologije smatra da ideologija „deluje“ pomoću diskursa, iako su prema njegovom mišljenju, diskursi prisutni i u drugim aspektima života (Terborn, 1980). Većina savremenih istraživača ideologije, uz uvažavanje značajnih razlika među njima – polaze od uverenja da ideologija jeste sistem simbola ili verovanja koji usmerava (političku i društvenu) praksu (Thompson, 1984: 75-76). U istraživanjima koja ideologiju analiziraju nerazdvojno od diskursa, ona je oblik „socijalne kognicije“ (Van Dijk, 2006), odnosno znanja (Dant, 2011; Keller, 2012).

DISKURS, PALEOSIMBOLIČKO I SAVREMENI MEDIJI – TEHNOLOGIJA PROIZVODNJE IDEOLOGIJE

Uporedo sa razvojem tehnologije, a posebno sredstava masovnih komunikacija i masovnih medija, razvijali su se i novi oblici obrazaca i praksi koji utiču na

⁵ U vremenskom okviru od 70-ih godina prošlog veka do danas.

⁶ O kojima je pisao Bazil Bernštajn u knjizi *Jezik i društvene klase* (1979).

preoblikovanje društvenih odnosa i „proširivanje repertoara“ društvenih ponašanja.⁷ Zahvaljujući ovim promenama javljaju se novi diskursi pripadanja, interakcija i društvenih odnosa, kao i novi oblici društvenog komuniciranja. U tom smislu, izazov za sociologiju nije toliko u procenjivanju značaja koji tehnologija danas ima, već u razvoju analitičkih kategorija koje omogućavaju da se objasne kompleksni odnosi tehnologije i društva (Sassen, 2002).

Tehnologija i tehnološka proizvodnja su među najvažnijim obeležjima modernih društava, a većina važnih društvenih procesa danas se ostvaruje zahvaljujući medijaciji informacionih i komunikacionih tehnologija (Chambers, 2006). Bez obzira na različite definicije tehnologije (Layton, 1974), možemo reći da se tehnologija ne odnosi samo na materijalna sredstva, već da *uvek* upućuje na kulturno i politički oblikovane vrednosti i prakse koje se povezuju sa njenom upotrebom. Tehnologija uvek podrazumeva neki oblik znanja (isto, 1974), što znači da ona doprinosi i utemeljenju određenog pogleda na svet. Značenje i značaj tehnologije i sredstava komunikacije koja se zasnivaju na njoj, ogleda se u problemu konstrukcije društvene stvarnosti. U tom smislu, masovni i novi mediji jesu oblici tehnologije koje je neophodno istraživati s obzirom na njihovo posredovanje i društvenu diseminaciju znanja, diskursa i ideologija. Nasuprot shvatanjima teoretičara koji su proglašavali „kraj ideologije“, stoji shvatanje da tehnologija, kao i nauka (a posebno društvena) nije vrednosno neutralna i da ona predstavlja i *medijum* i *subjekt* diskurzivnih odnosa moći i društvenih promena. Ona sve više predstavlja univerzalni medijum za postizanje društvenih ciljeva i nije iznad polja društvenih borbi i dominacije – u tom smislu, ona nema autonomiju (Gouldner, 1976: 183).

Značaj informaciono-komunikacionih tehnologija za analizu ideologije, najmanje je dvostruk: one predstavljaju osnov masovnog komuniciranja u savremenim društvima, a time doprinose genezi, transformaciji i reprodukciji ideologija; one zato predstavljaju *proširenje polja diskurzivnih društvenih praksi*, odnosno omogućavaju nove komunikacione i društvene okvire ponašanja. One posredno utiču i na formiranje novih oblika racionalnosti i društvene svesti (Berger et al. 1974), te se zahvaljujući njihovom razvoju, može govoriti i o proširenju polja ideološkog uticaja. Informaciono-komunikacione tehnologije dakle, doprinose konstrukciji društvene stvarnosti, a njihov razvoj i različite društvene upotrebe posledica su različitih društvenih interesa i vrednosnih orijentacija aktera koje su u njima kodirane.

Jedan od najvažnijih aspekata u istraživanju *materijalizacije diskursa* i ideologije zahvaljujući razvoju informaciono-komunikacione tehnologije jeste proces *dekontekstualizacije* komunikacije. Proces komunikacije, zahvaljujući informa-

⁷ O tome kako novi mediji utiču na razvoj novih društveno-tehničkih obrazaca, potkultura i „umrežene individualnosti“ videti npr. u: Castells, 2003. Razvoj tehnologije u celini konvergira sa društvenim procesima. Poznati istraživač kulture i društva, Rejmond Vilijams pisao je o tome kako društvene forme komunikacije, čiji su sastavni deo i komunikacione tehnologije, istovremeno proističu iz organizacije društva i odražavaju tu organizaciju (Williams, 1974/2004). On je u svojim istraživanjima (poput Habermasa), pratio transformaciju javnosti koja je isprva bila građanskog i literarnog karaktera, da bi se transformisala u sferu kojom vladaju masovni mediji i masovna kultura (Williams, 1965).

ciono-komunikacionim tehnologijama postaje glas bez tela (*disembodied voice*), odvojen od onoga koji govori, a komunikacija koju proizvode govornici postaje sve manje vidljiva. Novi komunikativni mediji doprinose da informacija dekontekstualizuje kogniciju i da je izoluje od drugih delova ličnosti, posebno od strukture osećanja (Gouldner, 1976: 135). To je, po mišljenju Alvina Guldnera, jedna od premisa moderne racionalnosti i „sekularizovanog idealizma“ koji cirkuliše u diskursu (isto, 136). Ideje i društvene predstave postaju dekontekstualizovane, a diskurs dobija autonomiju – on postaje nezavisan od *konteksta* (govornika) koji ga proizvodi (iskazuje). Kada govor postane oslobođen pozadine *autoritarnosti* i *strukture osećanja*, ideološki diskusi postaju „kontekstualno nezavisni i konstruisani kao elaborirani lingvistički kôd, za razliku od *paleosimboličkog*, kako Guldner naziva restriktivni lingvistički varijetet, koji podrazumeva i učešće strukture osećanja i autoriteta u prenošenju značenja“ (Marinković, 2003). Moderna sredstva komunikacije, odnosno mediji, u velikoj su meri intenzivirali „nelingvističke“ i „ikoničke“ komponente komunikacije, odnosno doprineli *multimodalnom* karakteru javne komunikacije (Gouldner, 1976: 168). Kao posledicu, imamo to da su „rezidualne ikoničke slike“ (*residual iconic imagery*), novi oblik paleosimbolizma koji „promovišu“ elektronski mediji i tehnologije. U pitanju je ne samo neka vrsta restriktivnog lingvističkog varijeteta, već i novi oblik *simbolički zasnovanog ali (jezički) neartikulisano temelja* komunikacije putem medija. Prelaz od „konceptualnog“ ka „ikoničkom“ simbolizmu ili „otkriću“ paleosimboličkog zahvaljujući pre svega elektronskim medijima (nasuprot štampanim) tokom XX veka, prema Guldnerovom mišljenju je pokazatelj da se ne može govoriti o „kraju“ ideologije (isto, 170).

Paleosimboličko konstituise skup uverenja i simbola restriktivne komunikabilnosti (*restricted communicability*). I dalje, ono može biti izražavano u „privatnom okruženju“, među onima koji se poznaju i koji imaju zajedničke interese. Paleosimboličko se takođe može razumeti kao deo „zalihe znanja“ (A.Šić) ili „zalihe značenja“ simboličkog iskustva ljudi, koje je nemoguće istovremeno u potpunosti jezički artikulirati, ali doprinosi kognitivnoj elaboraciji ili formulisanju onoga što ljudi znaju i u šta veruju. Na jednom mestu Guldner piše: „Ono što je najmanje ideološko a najviše paleosimboličko je ono što može biti izgovoreno u privatnom okruženju u kojima stranci nisu prisutni“; paleosimbolizam se odnosi na „simboličke sisteme koji su stariji i prethode govornikovim ideologijama i koji su usvojeni pre nego ideologije“ (isto, 224-225). Doba ideologija se, po Guldneru, može posmatrati i kao period uspona i širenja *proizvoda simboličkih sistema, tržišta sekularnog mišljenja*, koje se utemeljuje urednim snabdevanjem informacijama (Marinković, 2003). Sa opadanjem značaja tradicionalnih autoriteta koji su imali važnost u društvima *Starog režima*, „stare gramatike“ diskursa gube na značaju.

Ideal *racionalnog diskursa* u modernim društvima je diskurs koji je samoutemeljen (*self-grounded*). Diskursi ne moraju više da se autorizuju i opravdavaju pozivajući se na društvene autoritete, već se samoaktualizuju i samoautorizuju, delom zahvaljujući tehnologiji i sredstvima masovnog komuniciranja. Već je po-

java štampanih medija u masovnim tiražima započela proces dekontekstualizacije diskursa, odnosno defokalizacije komunikacije od *ličnosti* kao nosilaca diskursa (autoriteta, *onog-koji-govori*) ka samim objektima kao nosiocima iskaza (reifikacija diskursa u medijima, tehničkim sredstvima), a dijalog postaje sakriven u monologu (Gouldner, 1976: 43). Društvenu proizvodnju ideologije nemoguće je razumeti bez novih informaciono-komunikacionih tehnologija, počevši od štampe, koja je prema Guldnerovom mišljenju (u ranoj fazi razvoja masovnih medija) doprinela konstrukciji modernog racionalnog diskursa. Ideologije nastaju zahvaljujući procesu dekontekstualizacije komunikacije koju stvaraju masovni mediji. Ovaj proces „u smislu racionalnosti javnog diskursa, zavisi prvenstveno od mogućnosti odvajanja govornika od njihovih moći i privilegija u širem društvu“ (Marinković, 2003), što se dešava već sa početkom razvoja literarne, odnosno kritičke javnosti u okrilju građanskog društva (Marinković, 2011).

Može se reći da je tehnologija, u širem smislu, danas postala neka vrsta „univerzalne prakse“ (ili je bar tako reprezentovana u društvu) – odnosno prakse koja odgovara postizanju bilo kog cilja (Gouldner, 1976: 182). To „obećanje“ ispunjenja ciljeva, vrlo je važan deo racionalnog diskursa informaciono-komunikacionih tehnologija, odnosno njihovih ideoloških efekata. Ono što je ipak važno naglasiti jeste da informaciono-komunikacione tehnologije, ali i tehnologija kao oblik znanja, „promovišu“ obrasce racionalnosti⁸ kao moguće odnose prema *društvenoj stvarnosti* i kao moguće obrasce *interakcije* među akterima u društvenim procesima sa druge (društveno-tehnički obrasci).

Proces modernizacije društava, čemu svakako doprinosi i razvoj informaciono-komunikacionih tehnologija, važan je kao proces racionalizacije u čijem se okrilju rađa ideologija. Proces sekularizacije koji se može posmatrati kao deo procesa modernizacije nastaje kao posledica gubitka moći važenja tradicionalne slike sveta, a njeno preoblikovanje u subjektivne moći verovanja i etike dovodi do „konstrukcija“ koje pružaju istovremeno i kritiku prethodnih oblika racionalnosti i reorganizaciju (Veber, 2012). „Poljuljane legitimacije“ kako piše Habermas, nadomeštaju se novima, među kojima nastaje i ideologija u „užem smislu“; „ona služi nadomeštaju tradicionalne legitimacije vlasti, nastupajući sa zahtevom moderne nauke i opravdavajući se kritikom ideologije. Poreklo ideologija isto je kao i poreklo kritika ideologija. U tom smislu postojanje predgrađanskih ideologija nije moguće“ (Habermas, 1986: 68). Rastuća „racionalizacija“ društva povezana je sa institucionalizacijom naučnog i tehničkog napretka, a postojeći odnosi proizvodnje, smatra Habermas, predstavljaju se kao *neizbežna* organizaciona forma racionalnog društva (Habermas, 1997a; Habermas, 1997b).

Pored pomenutog procesa *dekontekstualizacije komunikacije*, važno je napomenuti da je za razumevanje odnosa informaciono-komunikacionih tehnologija i

8 Prateći Vebera i Habermasa, može se reći da se racionalnost u ovom kontekstu najviše odnosi na proširenje društvenih područja koja podležu tačno utvrđenim merilima racionalnog odlučivanja. Veber je pojam racionalizacije shvatao kao povratno delovanje naučno-tehničkog napretka na institucionalni okvir društava koja se modernizuju. Reč je, dakle, Veberovim rečnikom, o afirmaciji ciljno-racionalnog idealnog tipa delanja. (Veber, 2012). Videti takođe i Habermas, 1986.

ideologije ključno polje javnosti i njene transformacije. Strukturalna promena javne sfere i njen sve veći istorijski značaj odvija se zajedno sa razvojem građanskog društva na Zapadu. Promena strukture javnosti počinje zahvaljujući transformacijama države i ekonomije, dok se kasnije njena infrastruktura menja zahvaljujući novim oblicima organizacije, distribucije i konzumacije proširene, profesionalizovane i na nove čitalačke slojeve usmerene produkcije štampanih medija (knjiga, časopisa i novina izmenjenog sadržaja). No, građanski utemeljena javnost još jednom se promenila sa usponom elektronskih masovnih medija, sa novom relevantnošću reklame, sa rastućom fuzijom zabave i informacije, jačom centralizacijom u svim oblastima, raspadom liberalnih udruženja, preglednijom komunalnom javnošću itd. (Habermas, 2012: 26). Ono što je takođe značajno, kako ističe Habermas, jeste da zajedno sa „komercijalizacijom i proširenjem mreže komunikacije“ (uz rast ulaganja kapitala, visok stepen organizovanosti medijskih ustanova i svakako razvoj tehnologije) „putevi komunikacije postaju bolje kanalisani i šanse za pristup javnoj komunikaciji postaju izložene sve jačem pritisku selekcije“ (isto, 32). „Demokratsko-teorijska perspektiva“, kako Habermas označava poziciju iz koje je istraživao promene strukture javnosti, bila je vezana za koncept razvoja demokratske i socijalne pravne države. Ona je u velikoj meri bila „vezana za totalitarni koncept društva“ i društvene samoorganizacije koji je u međuvremenu postao, u najmanju ruku diskutabilan (društvo koje upravlja samim sobom, koje sva područja života – uključujući i ekonomsku reprodukciju – planirano programira putem zakonodavstva, itd). Upravo je pretpostavka da društvo u celini može da bude predstavljeno kao asocijacija koja putem institucija utiče na sebe izgubila plauzibilnost zbog stepena kompleksnosti funkcionalno diferenciranih savremenih društava. Holistička predstava društvene celine, polako se raspada pred stvarnošću neoliberalne privrede, odnosno tržišta i novih regulatornih mehanizama moći (Habermas, 2012).

No, uprkos ovim dubokim promenama, analiza ideologije u modernim društvima može da ide u pravcu istraživanja novih regulatornih mreža moći koje predstavljaju ideološka područja i mesta dominacije, sukoba, otpora, interesa, itd. Te mreže moći kao posrednike imaju informaciono-komunikacione tehnologije. Sa druge strane, svojstva diskursa koja proizlaze i zavise od konkretnih područja i konteksta u kojima se odvijaju komunikacijski događaji, treba da upute na ideološka „ukotvljenja“ u određenim društvenim područjima.

Legitimisanje je jedna od najvažnijih društvenih funkcija ideologija, a ono takođe zavisi od osobenosti područja u kojem se komunikativno delanje odvija. Diskurs legitimacije se najčešće postiže kroz institucije, dok se ideologija ne legitimira kroz institucije već u širem spektru društvenih praksi. Ona u tom smislu „nadomešta“ prostor društvenosti „van institucija“ i „kolonizuje“ sferu svakodnevnog života. Međuzavisnost diskursa i ideologije ogleda se kroz navedeni proces legitimacije u kojem upravo diskurs postavlja norme i vrednosti, ono što može biti iskazano u određenom kontekstu – bio on institucionalan ili vaninstitucionalan.

Sociološki interes za istraživanje ideologije u modernim društvima važno je usmeriti ka razvoju tehnologije, a posebno ka analizi prirode i uticaja različitih sredstava masovnih komunikacija, iako ta sredstva nisu ekskluzivno polje njenog delovanja (Thompson, 1990: 264), jer one predstavljaju možda najjače uporište, odnosno *institucionalizovane društvene prakse* javnog komuniciranja. Tehnološki posredovana javna, masovna komunikacija otkriva mnoge protivrečnosti: karakter kontinuuma javnog i privatnog – posredno i način na koji se interpelira subjektivnost i društveni identitet, nove oblike „isključivanja“ u fukoovskom smislu, procese „specijalizacije“ i proceduralnosti javnog komuniciranja i javnog delanja zasnovanog na društveno-tehničkim obrascima, itd. Ipak, ako se ideologija definiše kao fenomen koji uključuje smislene simboličke forme i koji se manifestuje u diskursu, analiza ideologije mora da uzme u obzir različitost kontekstâ u kojima „cirkulišu“ simboličke forme, bilo da se radi o sredstvima masovnih komunikacija, „elaboriranoj diskusiji“ ili nekim društvenim interakcijama u svakodnevnom životu.

IDEOLOGIJA KAO AUTONOMIZACIJA DISKURSA

Jedan od načina da se ideologiji pristupi kao *empirijskom društvenom fenomenu* jeste praćenje njenih *efekata* u diskurzivnim društvenim praksama. Jasno je da se ideologija ne može bez ostatka svesti na diskurzivne prakse, ali njenu genezu, društvene funkcije i smisao, reprodukciju i posledice nalazimo upravo u njima. Iako je diskurs uvek ključan u izražavanju i reprodukciji ideologije, on niti je nužan niti dovoljan 'medijum' reprodukcije (Van Dijk, 2006: 192). Zato diskurzivna analiza ideologije ima svoj domet u analizi onoga onoga što društveni akteri *govore* (diskurs) i *čine* (delanje, praksa), kao pojedinci ili kao pripadnici društvenih grupa. U širem smislu, analiza diskursa obuhvata sve *iskaze* (lingvističke i nelingvističke).

Diskurs može da ukazuje na *semantički identitet ideologije*, ali je ne obuhvata u celosti. S obzirom da je „najdublja gramatika ideologije“⁹ njen *poziv* za jedinstvom teorije i prakse, a fundamentalna simbolička sredstva konceptualna i lingvistička (Gouldner, 1976: 167), njenu strukturu i mehanizme treba tražiti u *diskursu*. Sve je više savremenih radova o diskursu i ideologiji koji naglašavaju važnu ulogu *teksta* i *govora* u (re)produkciji ideologija (Van Dijk, 2006: 8).

Između razmišljanja o ideologiji kao apstraktnom sistemu ideja, sa jedne strane, ili kao obliku ponašanja i prakse, sa druge, jeste „treći put“ kako ga naziva Teri Iglton. To je analiza ideologije kao diskurzivnog (semiotičkog) fenomena. Diskurzivni karakter ideologije upućuje na dva esencijalna nivoa: područje značenja i područje društvenih praksi (materijalnosti značenja).

Analiza ideologije je, prema mišljenju Džona Tompsona, fundamentalno povezana sa jezikom, koji je glavni medijum smisla i značenja i koji služi održavanju odnosa dominacije u društvu (Thompson, 1984). Različite teorije ideologije su

⁹ Ideologija prema mišljenju Alvina Gouldnera, predstavlja „gramatiku racionalnosti“ modernih društava (Gouldner, 1976).

istraživale načine na koje su značenja ili ideje uticale na aktivnost ljudi i grupa koje čine društvo. Prepoznavanje bliskih veza između teorije ideologije i analize jezika daje mogućnost da se povežu različiti filozofski pristupi koji proučavaju jezik i značenje, sa jedne strane, i oblici lingvističkih analiza koji su se usmeravali ka analizi tekstova i društvene interakcije, sa druge. Zadatak istraživanja ideologije ogleda se u integralnom pristupu upotrebe jezika u društvenom svetu (isto, 73). Na području lingvistike, istraživanja koja se bave društvenim situiranjem govora (i koja su obuhvaćena nazivom „analiza diskursa“) vrlo često gube senzibilitet za društveni kontekst. Taj nedostatak senzibiliteta ogleda se u nedostatku analiza strukturnih i institucionalnih aspekata društvenog života. Analize koje nastoje da otkriju ne samo korelacije, već i odnose diskursa i ideologije, nužno treba da uvažavaju te dimenzije društvenog života. U tom smislu, Tompsonov program diskurzivne analize ideologije s pravom se naziva *dubokom hermeneutikom* (*depth-hermeneutical approach*). Ona je razvijena kao okvir za analizu kulture, a nju je moguće primeniti i u analizi ideologije. Prema njegovom shvatanju, interpretirati ideologiju znači objasniti veze između značenja koje je mobilisano zahvaljujući simbolima i odnosa dominacije koji se zasnivaju na njima. Interpretacija ideologije treba da sadrži i društveno-istorijsku analizu i formalnu ili diskurzivnu analizu, a da se pri tome „očuva“ kritička dimenzija u razotkrivanju na koji način značenje služi moći (Thompson, 1990: 23). Zadatak prve faze *duboke hermeneutike* jeste rekonstrukcija društveno-istorijskih uslova i konteksta proizvodnje, cirkulacije i recepcije simboličkih formi, kao i analiza pravila i konvencija, društvenih odnosa i institucija i distribucije moći, resursa i prilika koje čine određeni društveni kontekst strukturisanim i diferenciranim (isto, 284). Objekti i ponašanja koji imaju određeno značenje i koji su u opticaju u društvenom životu su *kompleksne simboličke konstrukcije koje otkrivaju artikulisane strukture* i čiji karakter treba razjasniti formalnom ili diskurzivnom analizom. Postoji izvesni rizik da se diskurzivna analiza „odvoji“ od društvenog konteksta (i samim tim od programa *duboke hermeneutike*) i bude svedena na „apstraktnu vežbu“, odvojenu od uslova proizvodnje i recepcije simboličkih formi (isto, 285). U tom slučaju, diskurzivna analiza gubi sociološku dimenziju i postaje neadekvatna za istraživanje ideologije. Ako diskurs potiče od govora – on se mora posmatrati kao izraz ideologije (prema: Prajs, 2011: 120). Efekti ideologije ne mogu biti svedeni na „tekstualne jedinice“, što je čest slučaj među kritičarima kulture i istoričarima ideja, jer u svakom društvu postoje odnosi moći, kontrole i dominacije. Ideologija je upravo operativna kroz diskurzivne prakse, koje su upisane u matricama nediskurzivnih praksi (ili, drugačije rečeno, prakse čije su diskurzivne dimenzije dominantne, samo su deo praksi u kojima dominiraju nediskurzivne dimenzije). Prema Terbornovom (Göran Therborn) mišljenju, moguće je govoriti o dve komponente „organizacije ideološke dominacije“: jedna je konstrukcija i održavanje konkretnog poretka diskursa, a druga uključuje nediskurzivne afirmacije i sankcije. Konstrukcija diskurzivnog poretka u određenom društvu je istorijska posledica borbi društvenih sila u ključnim momentima (krize npr.). Diskurzivne afirmacije

određene ideologije ili ideološkog poretka (*ideological order*) organizuju se kroz afirmaciju simbolizma ili *rituala* (npr. hrišćanska sveta zajednica ili nacionalna himna i zastava). Distinkcija između rituala i materijalne afirmacije je samo analitička, a ne distinkcija između intrinzično ritualnih i neritualnih praksi. Predominantni diskurzivni oblik sankcije je onaj koji negira subjektivnost, interpelirajući subjekt kao objekt – drugim rečima, radi se o *ekskomuniciranju* „žrtve“ iz diskursa i ona dobija invalidni status – ludaka, depriviranog, ili stranca (Therborn, 1980: 81-83).

Pristup analizi ideologije koji nalazimo u sociologiji znanja Tima Danta potcrtava značaj analize diskursa i neodvojivost znanja, diskursa i ideologije. Iako se može reći da je Dantova analiza ideologije više utemeljena kroz kritiku Manhajmovog shvatanja ideologije, u njegovom pristupu vidljiv je trag Fukoovog uvida da nema znanja bez jedne definisane diskurzivne prakse, a da svaka diskurzivna praksa može biti definisana znanjem koje ona obrazuje (Fuko, 1998: 196). Dant ipak na jednom mestu kaže da utvrditi društvenu pojavnost određenog znanja jeste diskurzivna strategija, a da je cilj sociologije znanja istraživanje društvene kontingentnosti svih oblika znanja (Dant, 2011: 5). Savremene teorije ideologije, prema njegovom mišljenju, otkrivaju proces društvenih vrednosti i shvatanja, znanja koje se uzima (prenosi) „zdravo-za-gotovo“ kako bi društvo funkcionisalo na određen način. On shvata ideologiju kao opšti odnos determinacije između društvenih i materijalnih uslova egzistencije sa jedne strane, i sa njima povezanih konstrukcija apstraktnih odnosa kroz znanje. Ovo potonje je definisano kao skup odnosa između apstraktnih entiteta koji predstavljaju svet ljudskog iskustva i koje ljudi dele komunikacijom, kako bi mogli da razumeju svoje iskustvo i usmeravaju svoje delanje (isto, 5-6). Društveni karakter znanja ogleda se u činjenici da je ono *zajedničko* tj. da ga ljudi dele i stvaraju zajedno. S obzirom da znanje postaje dostupno tek kada je iskazano (bilo usmeno ili u pisanom obliku) ono je diskurzivno. Određene forme znanja mogu biti svojstvene samo pojedincima (učitelj, tehničar, vešt radnik), ali ukoliko se prenose, uvek se prenose diskursom. Društvene prakse u kojima se znanje prenosi upravo zato se mogu smatrati diskurzivnim praksama, pa je iz tog razloga diskurs legitiman predmet sociologije znanja. Takav pristup i analiza ne postavlja pitanje istinitosti ili neistinitosti znanja, već ispituje njegovo poreklo u širem strukturalnom društvenom kontekstu (isto, 8).

Ideologija kao jedan od oblika znanja nesumnjivo čini osnovu društvenih predstava koje dele pripadnici neke društvene grupe. Ona im, kako piše Van Dijk, „pomaže da organizuju mnoštvo društvenih uverenja oko onoga što je *za njih* dobro ili loše, ispravno ili pogrešno i u skladu sa tim deluju“ (van Dijk, 2006: 21). Ono što je svakako značajno u posmatranju ideologije kao diskurzivnog fenomena, jeste otkrivanje ne samo lingvističkih ili semiotičkih aspekata ove pojave, već proširenje shvatanja ideologije – one nisu samo statički sistemi ideja, već setovi kompleksnih efekata imanentnih diskursu. Ideologiju je zato, prema mišljenju Terija Igltona, moguće posmatrati ne samo kao određeni skup diskursa, već kao određeni skup *efekata u okviru diskursa* (Eagleton, 2007: 194). O ideologiji možemo

razmišljati i kao o *posledici* društvenih interakcija ljudi pre nego što je razumemo kao oblik iskrivljenja koje skriva neku „istinitu“ društvenu stvarnost. Ona pre može biti shvaćena kao diskurs o društvenoj stvarnosti „ograničene reflektivnosti“ (Guldner, 1976), a manje kao „lažna svest“, te njen diskurzivni karakter otkriva, zapravo, svu složenost i nerazmrsivost odnosa ideologije i diskursa. Jer, uprkos tome što diskurs možemo razumeti kao opšti fenomen, ili fukoovski rečeno – *opšte područje svih iskaza*, odnosno *dispozitiv ideologije*, prethodne interpretacije pokazuju i da je diskurs vidljivo i opredmećeno *sredstvo* ideologije i da ga je potrebno istraživati u okvirima društvenih praksi.

Ideologija kao struktura i dinamika imanentna društvenim praksama na taj način opredmećuje diskurse i čini da određeni diskursi postanu *autonomni*. Odnosno, da se kroz *iskaze* i njihove veze sa *društvenim praksama* materijalizuju i prepoznaju. Pri tom, iskazi ne označavaju pojedinačne iskaze govornika (govorne činove ili rečenice), već serije znakova koji imaju značenje u diskursu (Fuko, 1998). To da ideologije daju određenim diskursima prepoznatljivost i autonomnost ne znači ništa drugo nego da ih čini: odvojenim od jezika u kojem su iskazani, sa jedne strane, i nezavisnim od društvenih uslova i konteksta u kojima nastaju, sa druge (Gouldner, 1976: 49). U tome je skriven *fluidni karakter* ne samo odnosa diskursa i ideologije već ideologije same. Diskurs uvek ima empirijski dohvatljiv društveni trag, a ideologija vrlo često ostaje skrivena iza društvenih praksi.

ZAKLJUČAK

Ideologija svoj društveni karakter duguje jeziku i govoru, odnosno diskursu. Društvene predstave, odnosi i strukture se često konstituišu, procenjuju, normalizuju i vrednuju, odnosno legitimišu kroz društvene prakse – pomoću teksta i govora (van Dijk, 2006: 19). Lična uverenja ili bilo koji drugi oblik znanja koji nije izgovoren ili ostaje neizražen nema društveni značaj. Kada se ideologije izražavaju jezikom ili nekim drugim simboličkim sredstvima, one sadrže nizove značenja koja su ograničena diskursom, ili drugačije rečeno, svojom *istorijom upotrebe*. Pravila i norme diskursa, kao i njegovi efekti imaju društveni značaj, jer je „diskurzivna sposobnost“ društvenih aktera uvek društveno generisana i posredovana. Jedan od načina da ideologiji pristupimo kao društvenom fenomenu jeste da je analiziramo preteći njene *efekte* u diskurzivnim društvenim praksama. U radu smo istakli stav da se ideologija ne može svesti na diskurzivne prakse, ali da njenu genezu, društvene funkcije i smisao, odnosno reprodukciju nalazimo u njima – to je smisao stava da diskurs otkriva *semantički identitet ideologije*, ali je ne obuhvata u potpunosti.

Teorijska pretpostavka ovog rada je da su ideologije izražene i reprodukovane u diskursu i komunikaciji, uključujući i paleosimboličku dimenziju koju u sve većoj meri afirmišu informaciono-komunikacione tehnologije, odnosno savremeni elektronski masovni mediji. Diskurzivna analiza ideologije predložena je kao način analize empirijski prepoznatljivih društvenih procesa proizvodnje značenja, jer diskurzivne prakse podrazumevaju društveno delanje aktera koje može biti

identifikovano u vremenu i prostoru a isto tako, ukoliko se pođe od shvatanja da je diskurs „vidljiv“ kao materijalni sadržaj iskaza koje društveni akteri razmenjuju u određenim društvenim kontekstima, on postaje relevantan predmet za sociološku analizu, koja istražuje njegovo društveno poreklo, odnosno šire strukturalne, institucionalne i kolektivne prakse koje ga generišu. Predložena diskurzivna analiza ideologije upućuje nas na dva esencijalna nivoa: *područje značenja* i *područje društvenih praksi*. Značaj diskurzivne analize ideologije uviđa se ne samo u isticanju važnosti lingvističkih ili semiotičkih aspekata ove pojave, već pre svega u *proširivanju* shvatanja polja uticaja ideologije. Ona nije neki statički sistem ideja ili uverenja, već pre *kompleksan skup efekata* imanentnih diskursu i društvenim praksama. Shvatanje da postoje diskurzivne društvene prakse u kojima je ideologija prisutna i one u kojima nije prisutna i dalje „ostavljaju prostora“ za uticaje drugih društvenih sila koje doprinose dominaciji određenih društvenih grupa i njihovih interesa. No, činjenica da se sociološkom analizom uvek krećemo u okvirima veza značenja, moći i materijalnih društvenih praksi, odnosno u ravni simbola/značenja, vrednosti i društvenih institucija, ne mora da postoji bojazan da se diskurs shvata isuviše apstraktno, odnosno izvan društvenih praksi.

LITERATURA

- Altiser, L. (2009). *Ideologija i državni ideološki aparati*. Loznica: Karpos.
- Ber, V. (2001). *Socijalni konstrukcionizam*. Beograd: Zepter book world.
- Berger, P. L, Berger, B., Kellner, H. (1974). *The Homeless Mind*. Harmondsworth: Penguin.
- Bernštajn, B. (1979). *Jezik i društvene klase*. Beograd: Beogradski izdavačko-grafički zavod.
- Bourdieu, P. (1998). *Practical Reason*. Stanford: Stanford University Press.
- Bourdieu, P. et Boltanski, L. (2008). *La production de l'idéologie dominante*. Paris: Demopolis.
- Castells, M. (2003). *Internet galaksija*. Zagreb: Jesenski i Turk.
- Chambers, D. (2006). *New Social Ties – Contemporary Connections in a Fragmented Society*. New York: Palgrave Macmillan.
- Child, A. (1941). The Problem of Imputation in the Sociology of Knowledge. *Ethics*, 51(2): 200-219.
- Child, A. (1944). The Problem of Imputation Resolved. *Ethics*, 54(2): 96-109.
- Clegg, S. R. 1997. *Frameworks of Power*. London: Sage.
- Dant, T. (2011). *Knowledge, Ideology and Discourse*. New York: Routledge.
- Eagleton, T. (2007). *Ideology*. London and New York: Verso.
- Fuko, M. (1971). *Riječi i stvari*. Beograd: Nolit.
- Fuko, M. (1998). *Arheologija znanja*. Beograd: Plato.
- Gerc, K. (1998). *Tumačenje kultura (1)*. Beograd: XX vek.
- Gouldner, A. W. (1976). *The dialectic of ideology and technology – The Origins, Grammar and Future of Ideology*. London: The Macmillan Press.
- Habermas, J. (1986). *Tehnika i znanost kao 'ideologija'*. Zagreb: Školska knjiga.
- Habermas, J. (1997a). *The Theory of Communicative Action, vol. 1*. Cambridge: Polity Press.
- Habermas, J. (1997b). *The Theory of Communicative Action, vol. 2*. Cambridge: Polity Press.
- Habermas, J. (2012). *Javno mnjenje – istraživanje u oblasti jedne kategorije građanskog društva*. Novi Sad: Mediterran Publishing.

- Hall, S. (1996). The problem of ideology: Marxism without guarantees, in *Stuart Hall: Critical Dialogues in Cultural Studies*, D. Morley and K.H. Chen (Eds), pp. 28-44. London: Routledge.
- Keller, R. (2012). Entering Discourses: A New Agenda for Qualitative Research and Sociology of Knowledge. *Qualitative Sociology Review* 8(2): 46-75. Izvor: http://www.qualitative-sociologyreview.org/ENG/archive_eng.php Pristupljeno: 20.3.2013.
- Layton, E. T. (1974). Technology as Knowledge. *Technology and Culture*, 15(1): 31-41.
- Luhmann N. and Behnke, K. (1994). The Modernity of Science. *New German Critique* (Special Issue on Niklas Luhmann), No. 61: 9-23.
- Manhajm, K. (1978). *Ideologija i utopija*. Beograd: Nolit.
- Marinković, D. (2003). *Konstrukcija društvene realnosti u sociologiji i ideologiji*. Neobjavljeni deo doktorske disertacije odbranjene na Filozofskom fakultetu u Novom Sadu.
- Marinković, D. (2006). *Konstrukcija društvene realnosti u sociologiji*. Novi Sad: Prometej.
- Marinković, D. (2006a). Ideologija i sociologija znanja: od kognitivne patologije ka socijalnom kapitalu. U: *Socijalni kapital i društvena integracija*, Priredio M. Tripković, str. 73-93. Novi Sad: Filozofski fakultet, Odsek za sociologiju.
- Marinković, D. (2011). Ideologija, javnost i rođenje „trećih mesta“. *Sociološki pregled*, 45(1): 3-18.
- Marinković, D. i Ristić, D. (2012). Ideologija i deritualizacija javne komunikacije. *Sociološki pregled* 46(4): 495–511.
- Prajs, S. (2011). *Izučavanje medija*. Beograd: Clio.
- Sassen, S. (2002). Towards a Sociology of Information Technology. *Current Sociology*, 50(3): 365–388.
- Therborn, G. (1980). *The Ideology of Power and the Power of Ideology*. London: Verso and NLB.
- Thompson, J. B. (1984). *Studies in the Theory of Ideology*. Los Angeles: University of California Press.
- Thompson, J. B. (1990). *Ideology and Modern Culture – Critical Social Theory in the Era of Mass Communication*. Stanford: Stanford University Press.
- Van Dijk, T. A. (2006). *Ideologija – multidisciplinarni pristup*. Zagreb: Golden Marketing/ Tehnička knjiga.
- Veber, M. (2012). *Protestantska etika i duh kapitalizma*. Novi Sad: Mediterran Publishing.
- Williams, R. (1965). *The Long Revolution*. London: Penguin.
- Williams, R. (1974/2004). *Television: Technology and Cultural Form*. London and New York: Routledge.
- Žižek, S. (ed.) (2012). *Mapping Ideology*. London and New York: Verso.

Dušan Marinković, Dušan Ristić

THE DISCURSIVE CHARACTER OF IDEOLOGY

SUMMARY

The basic premise of this paper is that ideologies are expressed and reproduced in discourse and communication, especially given the paleosymbolic dimension, which is increasingly promoted by the information and communication technologies. Its own social character ideology owes to language and speech or discourse. Social representations, relations and structures are

constituted, assessed, evaluated, normalized or legitimized through the social practices – through text and speech. One of the ways that ideology could be analyzed as a social phenomenon is by tracking its effects in discursive social practices. This paper emphasizes the view that ideology cannot be entirely reduced to discursive practices, but its genesis, social function, meaning and reproduction can be found in them. This means that discourse reveals semantic identity of ideology, but it does not uncover ideology completely.

Key words: communication, discourse, ideology, society, technology.