

MNOŽIČNI MEDIJI

3 MODELI GLEDE NA KOMUNIKACIJSKA RAZMERJA MED UDELEŽENCI

- 1) eden z drugim (one-to-one): medosebno komuniciranje v razmerju eden z enim
- 2) mnogi z mnogimi (many-to-many): skupinsko ali mrežno komuniciranje v razmerju mnogi z mnogimi
- 3) eden z mnogimi (one-to-many): množično komuniciranje v razmerju eden z mnogimi

ENOSMERNALI DVOSMERNI KOMUNIKACIJA:

- enosmerna: sporočevalec sporoča, sprejemnik nima možnosti odziva
- dvosmerna: sporočevalec sporoča, sprejemnik se (lahko) odzove

RAVNI KOMUNICIRANJA:

- ☺ ZNOTRAJ OSEBNOSTNO KOMUNICIRANJE (intrapersonal communication)

- ☺ MEDOSEBNO KOMUNICIRANJE (interpersonal communication)
 - v odnosih in omrežjih (in skupinah)

- ☺ SKUPNO KOMUNICIRANJE (group communication)

- ☺ ORGANIZACIJSKO KOMUNICIRANJE (organisational communication)
 - interno komuniciranje v organizaciji
 - eksterno komuniciranje v organizaciji: oglaševanje, odnosi z javnostmi

☺ MNOŽIČNO KOMUNICIRANJE (mass communication)

- tisk, bradcatng: TV, radio ...
- množični mediji: stari in novi mediji

Schrammov model množičnega komuniciranja (gl. Hrestomatija 2)

- Glavni element množičnega komuniciranja je medijska organizacija kot institucionaliziran komunikator.
- V tem primeru je komunikator kompleksna organizacija, ki sestoji iz MREŽE VLOG, ki so programirane na opravljanje določenih funkcij: novinarji, uredniki, na TV kamermani in tonski mojstri, scenografi ...
- Organizacija je tisto, kar povezuje posamezne vloge med seboj na programiran način; vsakdo pozna naloge svoje poklicne vloge in sodeluje z drugimi vlogami pri izvajanju programov oz. operacij organizacij.
- Schramm pravi, da organizacija deluje enako kot individualni komunikator: dekodira, tj. dešifrira informacije, ki pritekajo iz okolja (prek novinarjev in agencijskih vesti), jih novinarsko in uredniško interpretira in enkodira članke.

MEDIJSKA ORGANIZACIJA:

- o Dekodira - nadzoruje okolje
- o Interpretira – doseže konsenz (soglasje) o interpretaciji
- o Enkodira – posreduje kulturo in politiko

Enosmerni tok medijskih sporočil od medija k množičnemu občinstvu.

- Množično občinstvo je povezano v omrežja in skupine
- Skupine imajo svoje dispozicije – vrednote, prepričanja, interese, ki so se razvili v komunikaciji znotraj skupine; te dispozicije so filter, ki pri članih iste skupin filtrira dojetanje medijskega sporočanja.

- Pomembno vlogo v skupinah imajo MNENJSKI VODITELJI (opinion leaders): so najbolj informirani, imajo izrazita stališča in mnenja in z njimi vplivajo na druge člane skupine.

Dvostopenjski tok komuniciranja (two step flow of communication): medijska sporočila se širijo naprej so mnenjskih voditeljev, ki jih interpretirajo in potem širijo naprej v medosebne in skupinske komunikacije

- INFERENČNI FEEDBACK: povratna informacija, ki pa je zgolj posredna in temelji na sklepanju; obstajajo indikatorji, na osnovi katerih je mogoče sklepati na odziv občinstva.

OBČINSTVO: heterogeno vs. homogeno

- Heterogenost medijskega občinstva: na splošni ravni je občinstvo medijev heterogeno (raznoliko) glede na demografske karakteristike: starost, spol, poklic, status, razred, interesne dejavnosti in interesne skupine

FUNKCIONALNA DIFERENCIACIJA MEDIJEV – SPECIALIZCIJA MEDIJEV

- Imamo splošne informativne medije in specializirane informativne medije.
- Mediji se specializirajo za določena ciljna občinstva in za določene specializirane teme:
 - Kvalitetni vs. popularni mediji
 - Specializacija uredniškega profila: različne tematske specializacije: ženske, moški, mladi, računalništvo, šport, avtomobilizem ...

HOMOGENIZACIJA OBČINSTVA SPECIALIZIRANIH MEDIJEV:

- Homogenizacija (poenotenje) občinstva specializiranih medijev po določenih kriterijih – občinstvo kvalitetnih medijev ima višjo izobrazbo, ženske revije berejo ženske ...

CHARLES WRIGHT – FUNKCIJE MNOŽIČNEGA KOMUNICIRANJA

(gl. Hrestomatija 2)

- Funkcionalizem kot teorija in metoda družboslovne analize.
- Družboslovni funkcionalisti: Talcott Parsons, Robert Merton, Niklas Luhmann

- Sistemska teorija družbe: funkcije so dejavnosti, ki ohranjajo sistem.
- Funkcija pomeni eno od vitalnih dejavnosti, ki ohranja delovanje sistema in njegovo stabilnost, bodisi na ravni družbe kot celote bodisi na ravni njenih delov.
- Funkcije so tiste dejavnosti, ki krepijo delovanje in stabilnost sistema.
- Disfunkcije so dejavnosti, ki zavirajo delovanje in rušijo stabilnost sistema

- Manifestne funkcije + disfunkcije: namerne in zavestno ciljno usmerjene dejavnosti
- Latentne funkcije + disfunkcije: nenamerne in nezavedne stranske dejavnosti oz. stranski nenamerni učinki dejavnosti

WRIGHT: 4 TEMELJNE FUNKCIJE KOMUNICIRANJE (Laswell)

1. NADZOROVANJE OKOLJA (surveillance): informativna aktivnost (news activity – novice), zbiranje in distribucija informacij o dogodkih v družbenem okolju (npr. komunikacijsko »nadzorovanje« predvolilne kampanje)

2. KORELACIJA oz. POSTAVLJANJE SOODVISNOSTI (interpretativna funkcija) – tj. interpretacija dogodkov in predpisovanje odzivov nanje (uredniško delo, komentiranje in prepričevanje) (dejstva postavljajo v odnose med seboj)

3. SOCIALIZACIJA IN PRENOS KULTURE (prenašanje kulturne dediščine) – prenos kulturnih vzorcev mladini in prišlekom, utrditev vzorcev pri odraslih (mediji konstruirajo predstavo o družbeni realnosti)

(Laswell povzame po klasikih, sam pa doda še četrto!)

4. RAZVEDRILO – zabavne vsebine, ki sproščajo in zabavajo

FUNKCIJE NADZOROVANJA PREK MEDIJEV *