Györkös:   
**1. Marshall McLuhan   
a) v katerem obdobju je deloval, zakaj je pomemben, na kak način se je ukvarjal z mediji, na kateri medij se je nabolj osredotočil?**  
O: Bil je filozof komunikacijske teorije, intelektualec. Rodil se je v Kanadi. Napisal je dve znani knjigi, ena je The medium is the message. Napovedal je prihod spleta, preden je bil sploh izumljen. Osredotočil se je na internet.   
**b) zakaj je še vedno pomemben za informacijsko družbo 21. stoletja?**  
O: Izumil je pojem toplih in hladnih medijev.  
**2. Kako sta Shannon in Weaver označila šume. Naštej in opiši jih ter razloži na primeru interneta.**  
O: Šumi so po njuni teoriji vse kar je dodano signalu med njegovim oddajanjem in sprejemanjem. Digitalizacija v veliki meri odpravlja problem šuma. Semantični šum je definiran kot popačenje pomena v komunikacijskem procesu. Email sporočilo ni dostavljeno zaradi napake v omrežju/slabega ali počasnega prenosa.  
**3. JAKOBSONOV MODEL   
a) dejavniki – naštej in opiši**Podoben je tako linearnim kot trikotnim modelom. Jakobsona je zanimala notranja struktura sporočila. Jakobson zapolnjuje vrzel med šolo procesa in semiotiko. **b) funkcije – naštej   
c) razloži funkcije na primeru slogana INTERNET V VSAKO VAS**Sporočevalec je podjetje/organizacija. Naslovnik so vasi, kjer bo omogočen internet. Sporočilo – povezovanje odročnih vasi z ostalim svetom. Kontakt so oddajniki/kabli za internet. Koda je signal. **4. razpredelnica (država/kraj + izumitelj + letnice)   
- 1. slovenska radijska postaja –** Radio Ljubljana 1928 **- ARPANET – ZDA 1920  
- 1. časopis v Evropi   
- pojav tiska v Evropskem merilu – Johanes Guttenberg - 1450  
- ?**  
  
Suzana:  
**1. Komponente komuniciranja (15 komponent).**

simboli, govor, jezik  
razumevanje  
interakcija, odnosi  
zmanjšanje nejasnosti  
prenos  
proces  
povezovanje  
stičnost, skupnost  
kanal, prenašalec, pot  
spomin, shranjevanje  
diskriminatorni odgovor  
stimuli  
namen  
moč **2. Razloži kaj pomeni: Množični medij kot fenomen, ki se nanaša na univerzalnost v dosegu, veliki razširjenosti (popularnosti) in javnemu značaju.**Do Množičnih medijev lahko dostopajo vsi, pokrivajo široko področje, dosežejo skoraj vse posameznike, deluje v dobro javnosti, kot pes čuvaj. **3. MIT**– je zgodba s katero kultura razloži določen vidik stvarnosti, realnosti**.** Mit je način razmišljanja kulture o nečem, način razumevanja. **4. Lasswel. S katerimi vprašanji opišemo sporočanjsko dejanje. Katere funkcije omenja v procesu sporočanja?**Kdo, kaj, komu, na kakšen način/kako, s kakšnim učinkom?  
 **5. JAVNOST – definiraj OBČO JAVNOST, AKTIVNO JAVNOST, SOCIALNI AGREGAT**Občo javnost sestavljajo navadni ljudje, tisti, ki nimajo posebnega znanja, ne pripadajo nobeni drugi javnosti, recimo aktivni, posebni... Zanimjo jih politični in družbeni dogodki nasploh.  
Aktivna javnost – sodeluje pri perečih političnih vprašanjih. Ni več nepovezana socialna enota, je trdna soc. enota. Je višja stopnja javnosti.  
Socialni agregat je podvrst politične javnosti. Javnost kot socialni agregat je zbrana skupina, občinstvo.

**vprašanja od Gyrosa iz enega od lanskih izpitov:**

**1. McQuailova piramida komuniciranja s poudarkom na implikaciji omrežne družbe (5).**

* množično
* institucionalno
* med skupinami – lokalna skupnost
* v skupini
* interpersonalno
* Intrapersonalno  
   **2. Zgodovina komuniciranja: (New Media History)… (3+5)  
  - Mejni objekti  
  - Vloga Tima Barners Leeja pri razvoju interneta** – izumil protokol HTTP**,** postavil prvi strežnik**,** danes je direktor ogranizacije, ki se ukvarja z WWW **3. Gerbnerjev model: razložite model (vrsta, primerjava z drugimi) ter opišite in predstavite primer za obe razsežnosti. Podčrtajte ključne besede. (4+3+3)  
  4. Prednosti in pomanjkljivosti narativne paradigme po Walterju Fisherju. (7)**

GERBNERJEV MODEL NA PRIMERU:

Model se začne z E (dogodkom, recimo protest). Model se nadaljuje k D1 (človek, kamere, mikrofon) skratka k mediju, ki bo dogodek poslal naprej. Med E in D1 imaš zapisano selekcija, kontekst in razpoložljivost, to so kriteriji za medij. Vsak medij (D1) selekcionira, torej izbira kaj bo sporočil dalje, to umesti v nek kontekst in oblikuje vse skupaj s razpoložljivimi sredstvi.Potem se model obrne vertikalno, ko se percepcija dogodka (oblikovano sporočilo medija) pretvori v signal, ki mora biti razumljiv človeku, torej v pravilni obliki in vsebini Nato gre spet v horizontalo ki opisuje proces pošiljanja in dekodiranja Č2(prejemnika), ki razume oz. dekodira sporočilo preko svojih razpoložljivih zmožnosti umestitve v kontekst. Model je podoben drugim le da precej prostora porabi za to da prikaže percepcijo (dojemanje) posameznika.