

4. Drugi modeli

- Sh&W in Gerbnerjev model sta najbolj univerzalna: usmerita pozornost na skupne prvine komuniciranja.
- Laswell uporabi osnovno obliko Sh&W in jo aplicira za množične medije.
- Newcomb vpelje t.i. trikotno obliko, ki se nanaša na medčloveško in družbeno komuniciranje.
- Westley in MacLean ponovita linearno obliko in ga razvijeta za rabo pri množičnih medijih.
- Jakobsonov model predstavlja most med procesnim in semiotskim modelom komuniciranja.

Primarni vir poglavja:

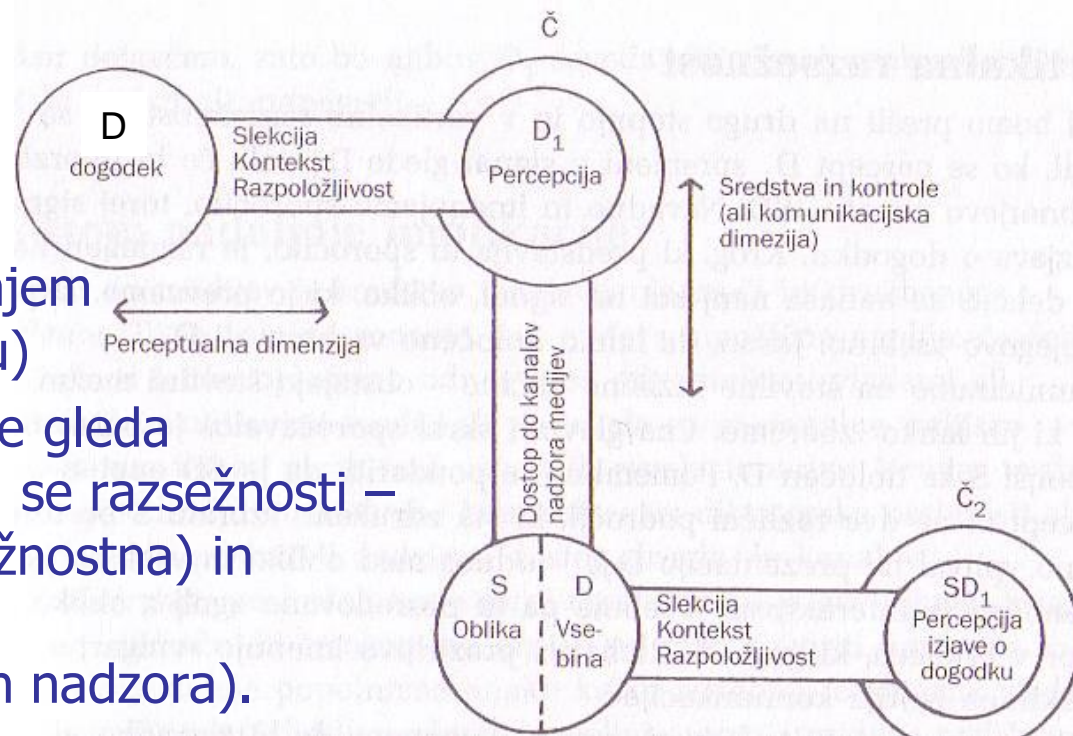
John Fiske, Uvod v komunikacijske študije,
Slovenska izdaja, MAKLEN FDV, (1990, 2004)

Gerbnerjev model (1956)

Temelji na linearnosti modela Sh&W.

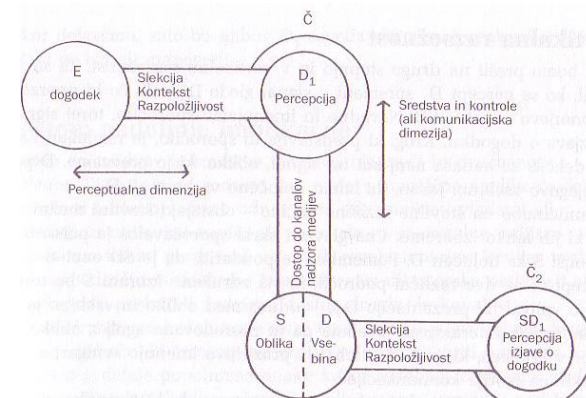
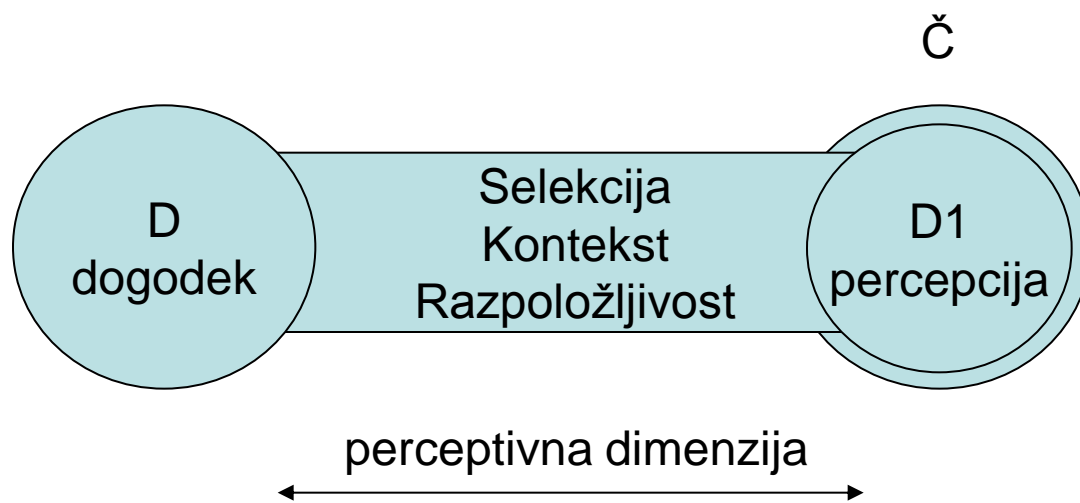
Bistveni izboljšavi:

1. sporočilo poveže z realnostjo, o kateri sporoča
(približamo se vprašanju o percepciji in pomenu)
2. na proces komunikacije gleda kot na dve izmenjujoči se razsežnosti –
(a) perceptivna (razsežnostna) in
(b) komunikacijska (razsežnost sredstev in nadzora).



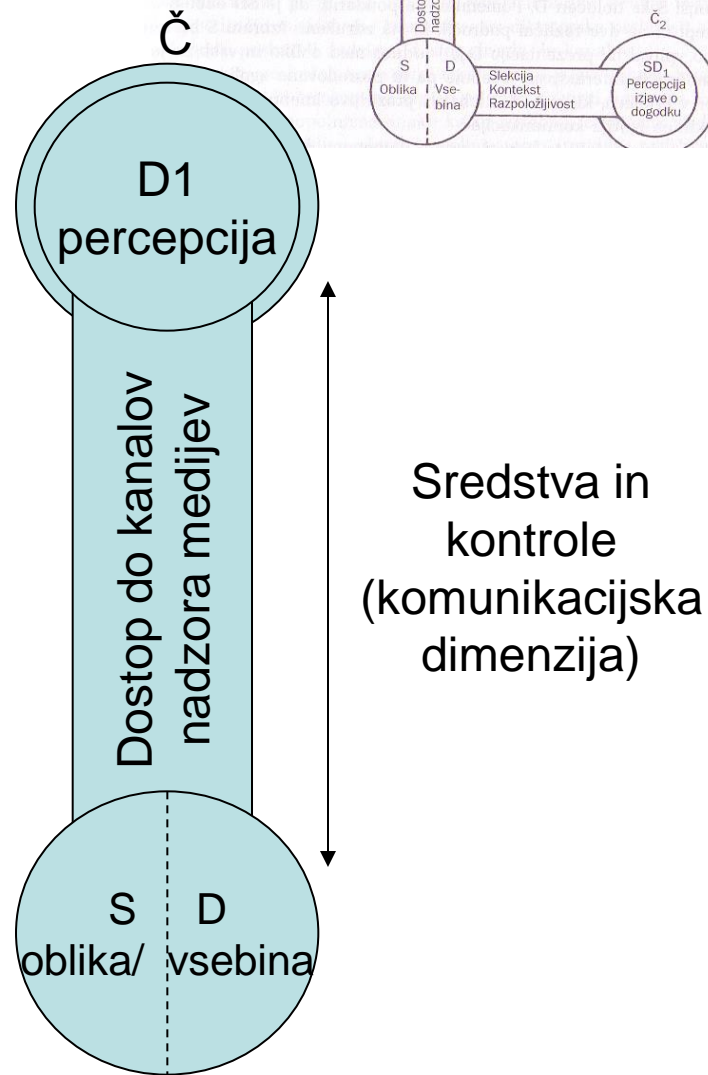
Gerbnerjev model – horizontalna razsežnost

- Prenos se začne z dogodkom D (nekaj v zunanji realnosti)
- To dojema Č (človek, predmet (kamera, mikrofon))
- Č-jeva percepcija D-ja je percept D1 – perceptualna razsežnost na začetku procesa (zajema izbor, D je prekompleksen)
- Če je Č človek, je kompleksnejši, kot če je predmet (primeri za urjenje percepcije, npr. PMI)



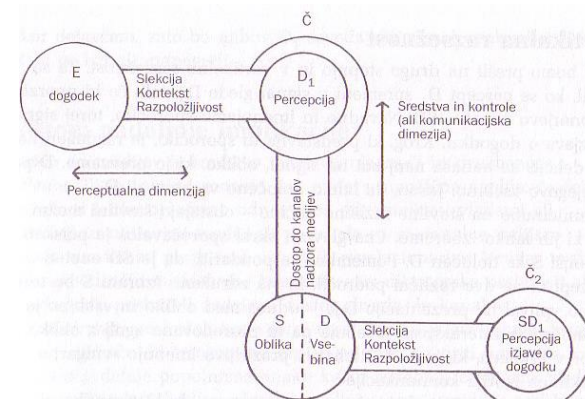
Gerbnerjev model – vertikalna razsežnost

- Percept D1 se spremeni v signal glede D-ja (SD po G. oznaki) – to imenujemo sporočilo, signal ali izjavo o dogodku (prestavljeno s krogom: S – kot signal, D vsebina signala (obstajajo številni možni S-ji).
- Glavna skrb sporočevalca: izbrati najboljši S za določen D.
- Pozor! SD je enoten koncept in ne združeni dve različni področji



Gerbnerjev model – tretja stopnja – vrnitev k horizontalni razsežnosti

- Tisto, kar prejemnik razume, ni dogodek D, temveč signal ali izjava o dogodku SD.
- Na samo sporočilo gledamo kot potencial za številne pomene.



Konfliktni komentar/kritika (Richardson): "vulgarno zapakirana teorija komunikacije":

Richards uporabi ta barviti izraz z namenom, da bi zasmehoval teorijo komuniciranja. Po njegovem mnenju Shannonov in Weaverjev model namiguje na obstoj neodvisnega bistvenega sporočila, ki pa je zakodirano, torej zavito v jezik kot paket za prenašanje. Prejemnik ga razkodira ali odvije zavoje in odkrije bistveno sporočilo. Meni, da je zmotno misliti, da lahko sporočilo obstaja, še preden je artikulirano ali »zakodirano«. Artikulacija je kreativen proces: pred njo je zgolj težnja, potreba po artikulaciji, in ne že ideja ali vsebina, ki jo je treba potem zakodirati. Ali, z drugimi besedami, ni vsebine pred obliko in poskus, da bi našli razliko med obliko in vsebino, je sam po sebi zelo vprašljivo početje.

Gerbnerjev model – koncept **razpoložljivosti**

- “Razpoložljivost” je dejavnik horizontalne razsežnosti, ki je enakovreden “dostopu” v vertikalni razsežnosti.
- Tudi razpoložljivost (ob selektivnosti) pomaga določiti, kaj je resnično percipirano.
- Primer omejevanja razpoložljivosti:
 - omejevanje programov, ki vsebujejo spolnost in nasilje, na predvajanje po določeni uri zvečer.
 - dosegljivost določene literature samo v omejenem številu nadzorovanih knjižnic (v dikatorskih sistemih 20. stoletja)



- ogled oddaje za mladoletne skupaj s starši,

- oddaja ni primerna za mladoletne,



Gerbnerjev model – koncept **razpoložljivosti**

- Primer “odraslega govora” pred otroki
- Najpomembnejše povečanje razpoložljivosti je bilo rezultat radijskih oddaj (tudi za nepismene, primer sindikalnih gibanj, [Blairovo načelo](#), [BBC](#)) in sedaj interneta

(izguba učinka “omikane manjšine” (educated minority), kot je veljalo za tiskane medije? večdimenzionalnost spleta?)



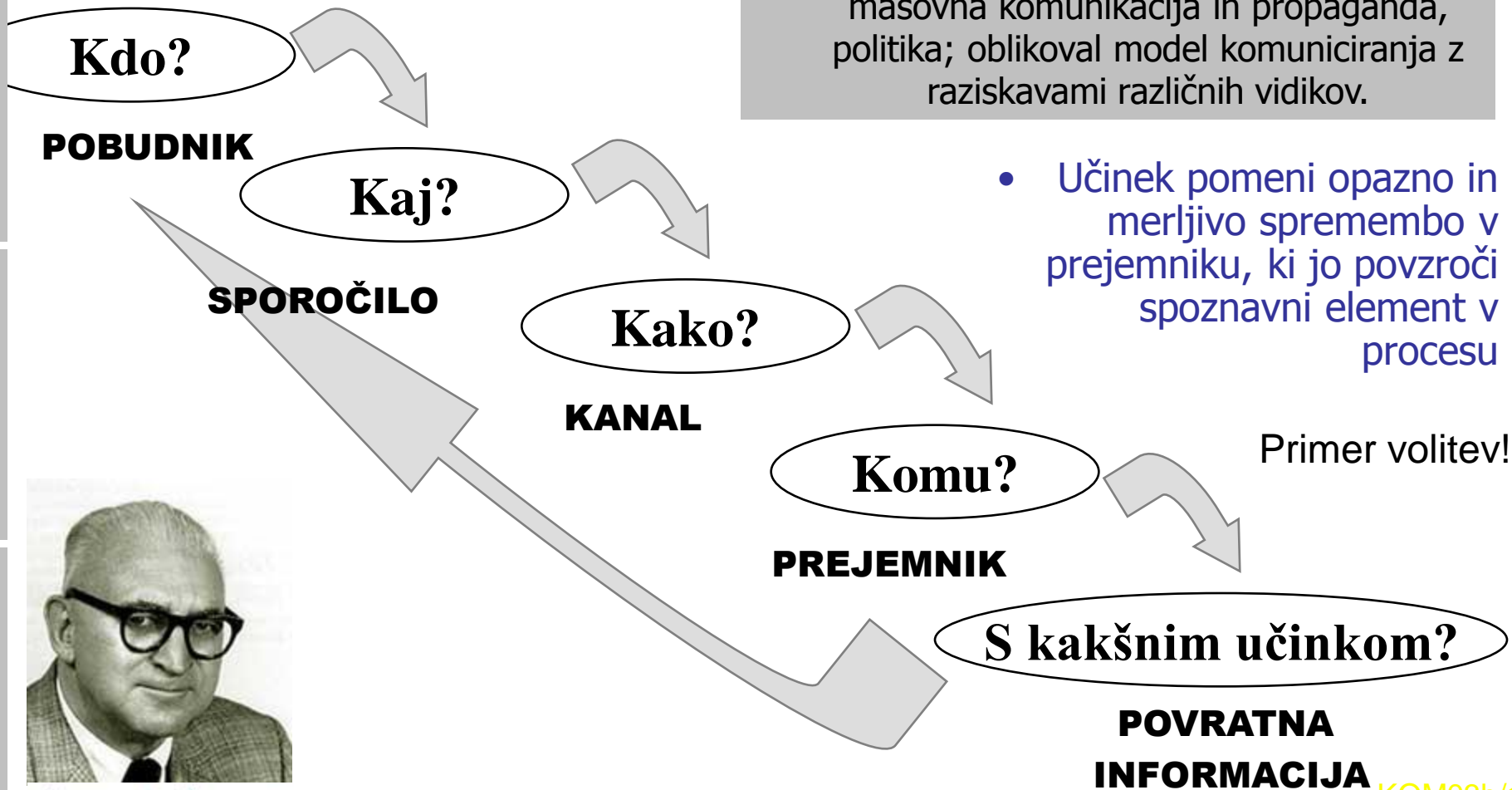
Laswellov model (1948)

Who (says) What (to) Whom (in) What Channel (with) What Effect

Sociolog **Harold D. Lasswell** (1902-1978); masovna komunikacija in propaganda, politika; oblikoval model komuniciranja z raziskavami različnih vidikov.

- Učinek pomeni opazno in merljivo spremembo v prejemniku, ki jo povzroči spoznavni element v procesu

Primer volitev!

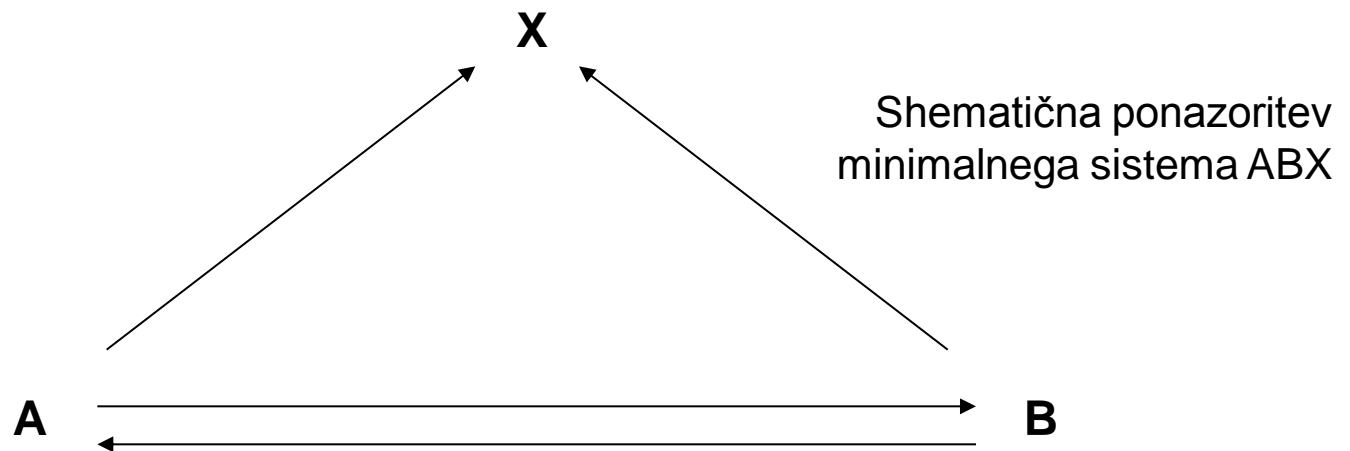


Harold D. Lasswell

**POVRATNA
INFORMACIJA**

Newcombov model (1953)

- Model je nelinearen – prvi od modelov, ki predstavi vlogo komuniciranja v družbi in družbenem odnosu – Newcombov princip: komuniciranje je ohranjanje družbenega odnosa.
- A in B sta sporočevalca in prejemnika (posameznika, skupina (uprava, sindikat, vlada, interesno povezani ljudje...)); X je del njenega družbenega okolja. ABX pomeni soodvisnost notranjih odnosov:
**če A spremeni odnos do X,
mora B spremeniti svoj odnos do X ali A.**



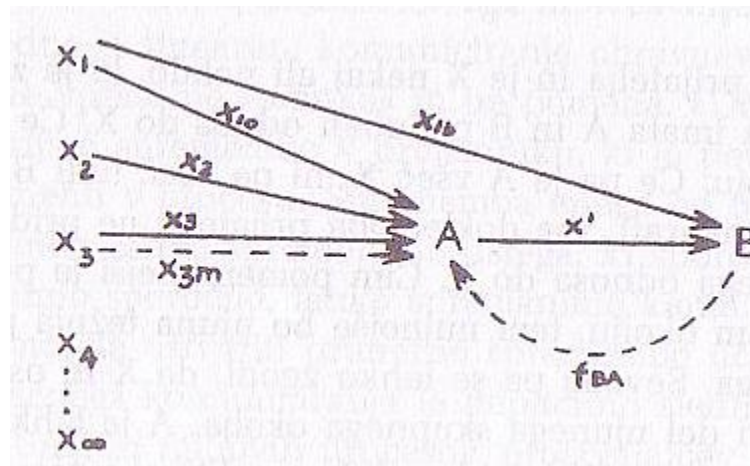
Primeri ponazoritve delovanja Newcombovega modela

- A in B imata podoben odnos do X: ravnovesje v sistemu, sicer se sistem mora uravnovešati.
- X ni nujno oseba ali skupina, lahko je predmet ali družbi, politični dogodek (npr. vladne reforme);
- X ima lahko različno stopnjo pomembnosti; stališča A in B so lahko različna, vendar dogovorjena ali uravnana z drugim mehanizmom (npr. izid volitev); sistem je tako še vedno v ravnovesju.
- Ravnovesje poveča potrebo po komuniciranju!
- Primer iz obdobja naraščajočega vpliva medijev med II. svetovno vojno: A – vlada, B – ljudje, X – vojna (nujna nenehna komunikacija A in B s pomočjo množičnih medijev).
- Brez informacij se ne moremo počutiti kot del družbe.
- V demokraciji so informacije pravica: primer dostopa do informacij javnega značaja.

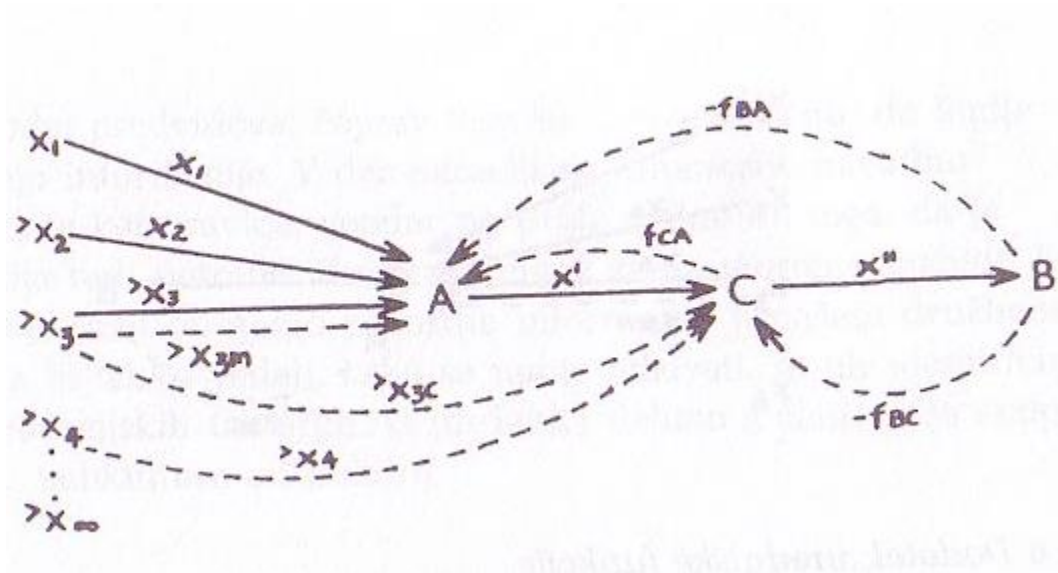
Vaja: razdelite se v skupine po 6 in tvorite Newcombov trikotnik z A-B-X po lastni izbiri; razložite dogajanja! Poskušajmo dodatno opredeliti pojem ravnovesja!

Westleyev in MacLeanov model (1957)

Nadgrajuje Newcombov model (ABX) v smislu poudarka družbeni potrebi po informaciji – izrecno apliciran na množičnih medijih; temeljni spremembi glede na **osnovni Newcombov komunikacijski model**:



Razlaga slike: sporočevalec A izbere in povzame X -e in jih kot sporočilo (X') posreduje B-ju, ki lahko ima ali pa tudi ne del ali vse X -e v svojem senzoričnem območju (X_{1b}); B namensko ali nenamensko posreduje odziv (f_{BA}) A-ju.


 Model množičnega
komuniciranja

- Westley in MacLean sta uvedla nov elementa C – uredniško-komunikacijska funkcija (proces odločanja o tem, kaj in kako komunicirati)
- A lahko razumemo kot poročevalca, ki pošlje zgodbo C-ju (njegovi redakciji), potem pa posredujeta zgodbo B-ju (občinstvo).
- V modelu je B izgubil vsako neposredno ali takojšnjo izkušnjo X-a, saj je izgubil neposreden odnos z A.
- Bistvo: množični mediji razširjajo družbeno okolje.
- Ohranjen je Newcombov koncept: skupna orientacija do X-a je motiv za komuniciranje.

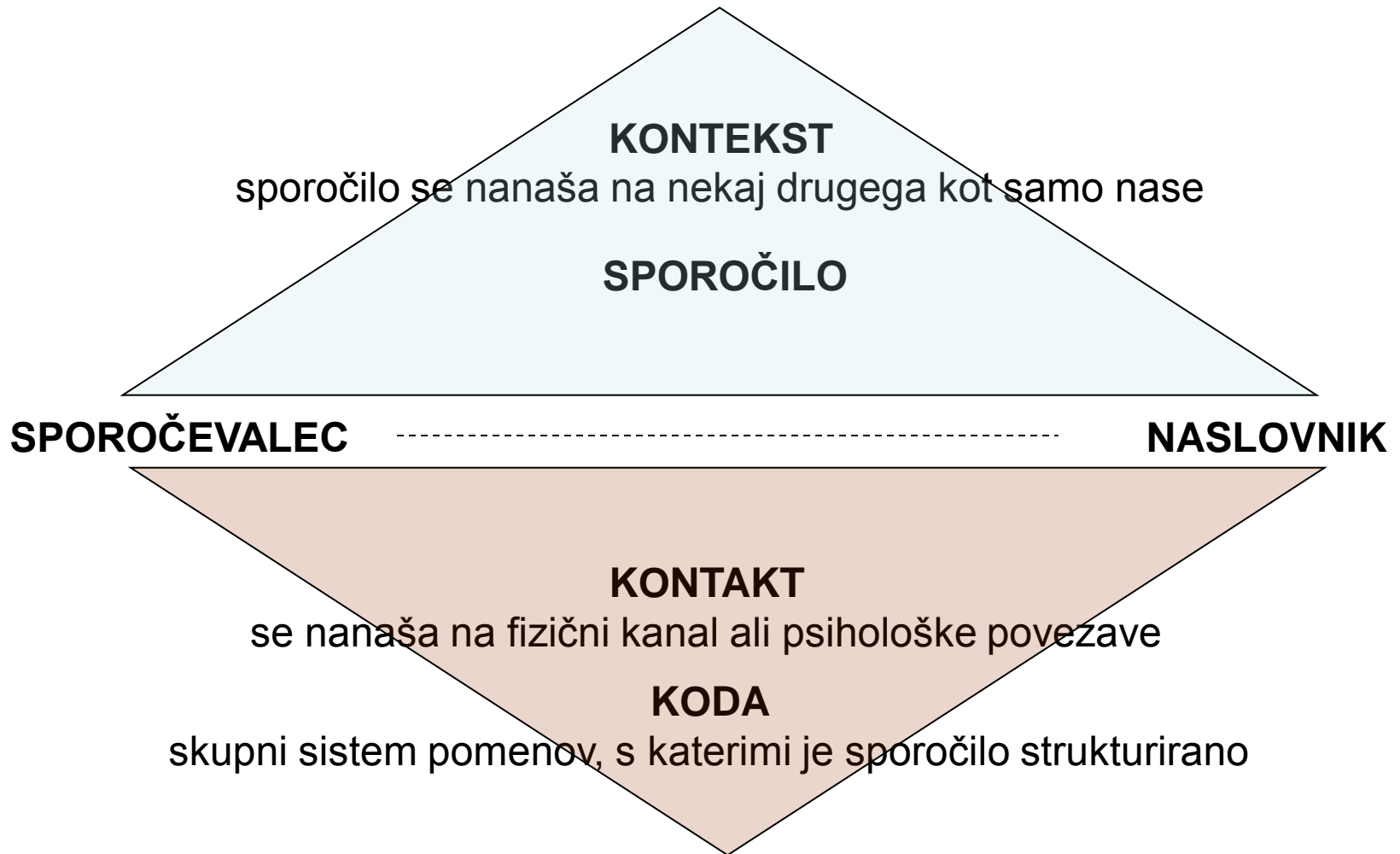
Implikativni vidiki W&MacL modela

- A in C prevzemata dominantni vlogi, B jima je prepuščen.
- Množična komunikacija je povečala družbeno okolje, do katerega se moramo orientirati.
- B-jeva potreba po informacijah se je povečala, vendar je hkrati postala odvisna od množičnih medijev in njihove razpoložljivosti.
- Model ne upošteva:
odnosa med množičnimi mediji in drugimi sredstvi, ki jih imamo na razpolago za našo orientacijo v družbenem okolju – družino, sodelavce, prijatelje...

Jakobsonov model (1960)

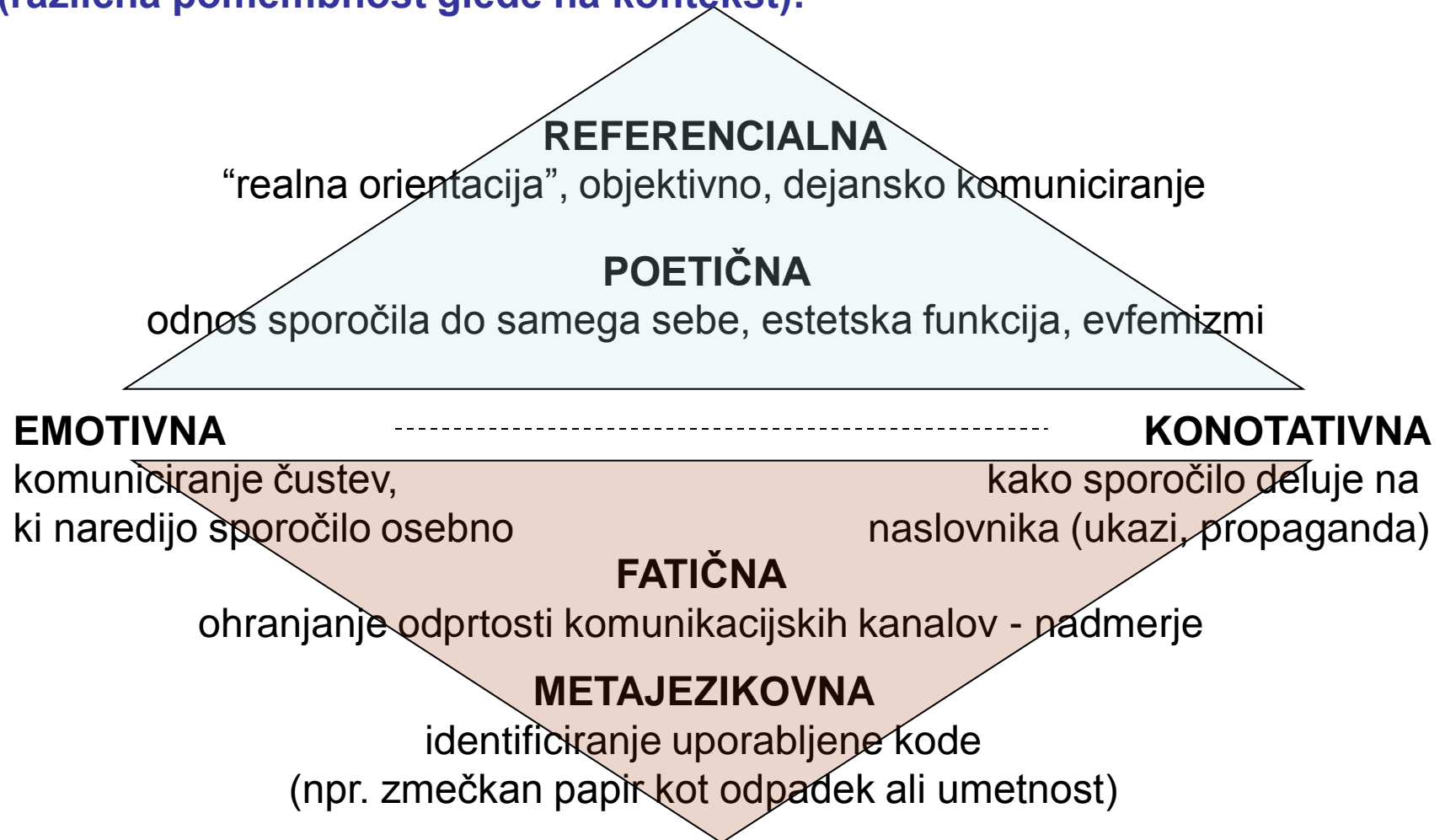
- Romana Jakobsona (jezikoslovec) zanima notranja struktura sporočila, čeprav so sorodnosti z linearnimi in trikotnimi modeli očitne.
- Jakobson zapolnjuje vrzel med procesnimi in semiotskimi šolami. Najprej:
 - modelira konstitutivne dejavnike v komunikacijskem procesu (6 dejavnikov), nato
 - za vsak dejavnik naredi model funkcij, ki jih to komunikacijsko dejanje izvaja.

KONSTITUTIVNI DEJAVNIKI:



KOMUNIKACIJSKE FUNKCIJE

(različna pomembnost glede na kontekst):



Primer (Fiske):

POETIČNO:

prijetno (rima), slogan

METAJEZIKOVNO:

identifikacija kot uporabnika kode političnega komuniciranja; nosilec značke ne pozna generala osebno, "všeč" pomeni "politično podpiram".

EMOTIVNO:

pove nam o političnem stališču sporočevalca

KONOTATIVNO:

prepričati naslovljenca v podporo političnega programa, v strinjanje s sporočevalcem

REFERENCIALNO:

nanaša se na obstoječega človeka in na program

FATIČNO:

identificirati članstvo v skupini Eisenhowerjevih privržencev, krepitev tovarištva



Eisenhower presidential campaign in Baltimore, MD, September 1952.

Credit: Dwight D. Eisenhower Library

Vaš primer:

POETIČNO:

...

METAJEZIKOVNO:

...

EMOTIVNO:

...

KONOTATIVNO:

...

REFERENCIALNO:

...

FATIČNO:

...



Narativna teorija komuniciranja (Fischerjeva teorija)

- Narativna paradigma: jezikovno komuniciranje ne sestoji zgolj iz govornih dejanj, diskurzov, tekstov, ki sledijo v času, temveč se umešča v različne narativne sheme (širši kontekst).
- "Uzgodbljenost" življenja – pripovedovalec in poslušalec sodelujeta pri osmišljanju predstavljenega dogajanja – osnovni mehanizem za osmišljanje človekovega izkustva.
- Zgodbe reflektivno oblikujejo življenje – ne zgolj preslikujejo.
- Ponovno pripovedovanje in spreminjanje.
- Walter Fischer (1984): Narativna paradigma izhaja iz teze, da smo ljudje v bistvu pripovedovalci zgodb in da se bolj pustimo prepričati dobrim zgodbam kot dobrim argumentom:
 - predlaga, da tradicionalno logiko dobrih argumentov zamenjamo z narativno logiko zgodb oz. logiko dobrih razlogov,
 - izhaja iz teze, da ljudje presojujejo govornike predvsem po jasnosti in koherentnosti njihove retorike in po pomembnosti njihovih zgodb.

Temeljni tezi narativne paradigme

- V prid narativni paradigmi: v raziskovanju komuniciranja moramo upoštevati ne zgolj dejstva in stroge metode raziskovanja, temveč tudi smisle in pomene, inspiracijo in domišljijo.
1. Nekateri diskurzi so bolj zanesljivi in zaupanja vredni od drugih diskurzov, vendar o tem ne odloča njihova oblika ali pripovedni žanr, ampak pripoved in prepričljivost zgodbe.
 2. Narativnost je vpletena v vse oblike človeškega komuniciranja – vsak argument vsebuje tudi zamisli, ki jih ne moremo docela verificirati ali absolutno preveriti.



Osnovna načela narativne paradigme:

1. Ljudje smo pripovedovalci zgodb
2. Odločanje in komuniciranje temelji na "dobrih razlogih.
3. Dobre razloge določajo zgodovinske in situacijske okoliščine zgodbe oziroma naracije.
4. Narativna paradigma izhaja iz splošno sprejetih kriterijev kvalitete življenja.
5. Racionalnost narativnosti temelji na zavesti ljudi o tem, kako resnične se zdijo pripovedi glede na lastne vsakdanje izkušnje.

Ključna pojma narativne paradigme in kritike

1. Naracija in
2. Narativna racionalnost:
 - notranja koherentnost zgodbe (organiziranost in struktura, ni protislovnih sestavin)
 - točnost zgodbe oz. zgodbena zvestoba – opredeljena je kot stopnja zanesljivosti in resničnosti za poslušalce – logos je podan skozi imaginativnost (metafore, geste, vrednote).

Kritike narativne teorije:

- pojem narativnosti je preširok, saj se praktično ujema s pojmom komunikacija,
- logika dobrih razlogov naj bi favorizirala obstoječe vrednote,
- iracionalizem – podrejanje logike argumenta moči vrednotenja
- Rowland: družbene elite nadzorujejo družbo s pomočjo retorično in moralistično učinkovitih in dobro promoviranih zgodb.