



# Uvod v komuniciranje

Doc.dr. Suzana Žilič Fišer



# Uvod v komuniciranje

## 2. Mediji in množično komuniciranje



# Uvod v komuniciranje

splošen pregled komuniciranja, v katerem množični mediji predstavljajo le en, a odločujoči del.



# »komunicirati«

se nanaša na *dejanje pošiljanja sporočila o nečem nekemu, ki je sprejemnik.*



# Uvod v komuniciranje

## Izraz »množični mediji«

*nanaša se na sredstva komuniciranja, ki delujejo v velikih razsežnostih in dosegaajo skoraj vsakega posameznika v družbi.*



# Vendar pa ...

**obstaja zelo veliko razlag za vsako izmed komponent**



# Definicije

**identificiral 15 različnih tipov definicij, kjer vsaka daje poudarek drugačnemu aspektu ali komponenti.**



# Komponente:

1. Simboli, govor, jezik;
2. Razumevanje – predvsem dejanja sprejemanja bolj kot pošiljanja;
3. Interakcija, odnosi – aktivna izmenjava in koorientacija;
4. Zmanjšanje nejasnosti – hipotetična osnovna želja, ki vodi v iskanje želje po informacijah z namenom prilagoditve;
5. Proces – celotna sekvenca prenosa;





## Komponente 2:

6. Prenos – označeno gibanje v prostoru in času;
7. Povezovanje – komunikacija kot povezovalec, artikulator;
8. Stičnost, skupnost – povečanje skupnih točk, podobnosti;
9. Kanal, prenašalec, pot – razmah prenosa s primarno referenco na pot ali prenašalca;
10. Spomin, shranjevanje – komuniciranje vodi v akumulacijo informacij in mi lahko komuniciramo s tako shranjenimi informacijami;



## Komponente 3:

11. Diskriminatorni odgovor – poudarek na procesu, kjer se dogaja selektivna pozornost in interpretacija;
12. Stimuli – poudarek na sporočilu kot vzroku odgovora ali reakcije;
13. Namen – poudarja namensko naravo komunikacijskega akta;
14. Čas in situacija – pozornost na kontekst komunikacijskega akta;
15. Moč – komunikacija videna kot sredstvo vpliva.



# Različne definicije

**teško najti eno samo definicijo;**

**zasledimo nekaj kritičnih momentov.**



# Kritični moment 1.

**Obstaja razlika med komunikacijo kot pošiljanjem ali sprejemanjem, saj je sporočilo lahko poslano, ne da bi bilo sprejeto in sprejeto, ne da bi bilo poslano zavedno.**



## Kritični moment 2

izpostavlja se vprašanje namena (namere), ki ga nekateri želijo vključiti v določanje komunikacijskih aktivnosti.

Obstajajo različne stopnje namere v pošiljanju in sprejemanju, tako da prisotnost namere kot nujnega pogoja izloči mnoge navidezno relevantne aktivnosti in situacije (uporaba gest, izrazov in delovanje množičnih komunikacij).



# Kritični moment 3

**komuniciranje lahko izpostavimo kot posledico ali vzrok za določen sklop odnosov in vzorcev delovanja in obnašanja.**



# Kritični moment 4

**komunikacija je lahko linearna (enosmerna) ali krožna (interaktivna).**



# Kritični moment 5

**komunikacijo lahko razumemo kot vir reda, enotnosti ali kohezije ali pa kot vzrok za spremembe, fragmentacije in konflikte.**





# Kritični moment 6

**razlika med aktivnim in reaktivnim pogledom, v katerem aktivni označuje situacijo, ko poskušamo vplivati na druge ali na lastno stanje, reaktivni pa, ko sprejmemo vpliv in se prilagodimo spremembam**



# Preučevanje komuniciranja

**Definicija komuniciranja samo preko ene variable pomeni precej težavno nalogo, zato je preučevanje komuniciranja – znotraj tega pa množičnih komunikacij – povezano s preučevanjem celotne družbe, saj je komuniciranje zahteven proces, sestavljen iz množice vplivov.**



# Družbene spremembe

**kot zelo pomembna značilnost vseh komunikacijskih procesov .**



# Zato

**množični mediji kot največji komunikator v družbi (glede na možnost vpliva na največji del posameznikov v družbi) morajo biti preučevani v kontekstu izjemnega potenciala za družbene spremembe.**