

# Komuniciranje

Komuniciranje je pogovor z nekom, je televizija, širjenje informacij,...

Komuniciranje zajema znake in šifre. **Znaki** so artefakti ali dejstva, ki se nanašajo na nekaj drugega kot na njih same; pomenijo konstrukte. **Kode** so sistemi, v katerih so znaki organizirani in ki povedo, kateri znaki bi lahko bili povezani.

Komuniciranje je osrednjega pomena za življenje v naši kulturi, je družbena interakcija prek sporočil.

## Šole komuniciranja:

*Komunikacija kot prenašanje sporočil (šola procesa):*

–zanima jo, kako sporočevalci in prejemniki kodirajo in razkodirajo, kako oddajniki uporabljajo kanale in medije

–zanimata jo učinkovitost in natančnost

–komuniciranje kot proces, s katerim človek vpliva na vedenje ali razmišljanje drugega

–komunikacijska napaka: če je vpliv drugačen ali manjši od vpliva, ki je bil predviden

*Komunikacija kot oblikovanje in izmenjavanje pomenov (semiotika):*

–zanima jo, kako sporočila ali deksti delujejo vzajemno z ljudmi, da bi ustvarili pomene; vloga tekstov v naši kulturi

–uporablja strokove izraze in ne vidi nerazumevanj kot dokaza komunikacijske napake- lahko so rezultat kulturnih razlik med sporočevalcem in prejemnikom

–preučevanje tekstov in kulture

–semiotika: veda o znakih in pomenih

*Razlike:*

–šola procesa črpa iz družboslovnih ved, psihologije in sociologije in se nanaša na komunikacijska dejanja, semiotika pa iz jezikoslovja in umetniških predmetov in se nanaša na komunikacijska dela

–šola procesa definira družbeno interakcijo kot proces, s katerim se en človek nanaša na druge ali vpliva na vedenje, razmišljanje in čustveni odziv drugega, semiotika pa kot tisto, ki določa posameznika kot člana določene kulture ali družbe

–šola procesa vidi sporočilo kot tisto, kar je preneseno v komunikacijskem procesu- namen je ključen pri odločanju o tem, kaj določa sporočilo in mora biti ugotovljeno z analizo, ne glede na to ali je namen izrečen ali ne, zavesten ali podzavesten; za semiotiko pa je sporočilo konstrukcija znakov, ki prek interakcije s prejemniki ustvarijo pomene, sporočevalec je manj pomemben, poudarek premakne na tekst in na to, kako je ta tekst prebran, branje je proces odkrivanja pomenov, ki se zgodi, ko bralec dojame tekst z dodatkom kulturnih izkušenj

Ravni komuniciranja:

ZNOTRAJSEBNO (notranji dialog, razmišljanje, sanjarjenje, fantazija, odkrivanje napak, zajema psihološke in fiziološke predelave sporočil pri posamezniku, ki oddaja ali prejema sporočilo)

MEDOSEBNO (dogajanje za katero so značilni navzočnost ekspresivnih dejanj pri eni ali več osebah; zaznava drugega vpliva na vedenje in delovanje)

K. V SKUPINAH (običajna oblika v vsakdanjem življenju, namenjeno usklajevanju dejavnosti in izmenjavi mnenj, kom. v manjših skupinah uporabljamo za svetovanje, pomoč, zabavo, sprostitve)

K. V INSTITUCIJAH (dogaja se v obsežnejših mrežah skupinskega delovanja in vključuje medosebno kom. in kom. v manjših skupinah, vendar vključuje vprašanje kot je delovanje organizacij, org. kulturo)

JAVNO/RETORIČNO (ima pogosto izobraževalne, prepričevalne in ideološke namene; značilnost je neenakomerna porazdelitev kom. moči in kompetenc; en človek ali več ljudi pošilja sporočila ostalim, ki sodelujejo kot poslušalci)

MNOŽIČNO (zajema z množičnimi mediji posredovano kom., sestavljajo ga sporočila, ki so prek medijev poslana veliki množici bralcev, gledalcev, poslušalcev; sporočila so namenjena široki javnosti, brez os.stika)

MEDKULTURNO (zajema procese kom. med pripadniki različnih kultur; prevladujoči vzorci kom. odločno vplivajo na porajanje in pomiritev medkulturnih napetosti, konfliktov, rasizma; povezanost med vzorci kom. in vzpostavljenje kulturne hegemonije)

## Področja komunikacijskih raziskav:

Kdo s kom komunicira?(pošiljatelj in sprejemnik)

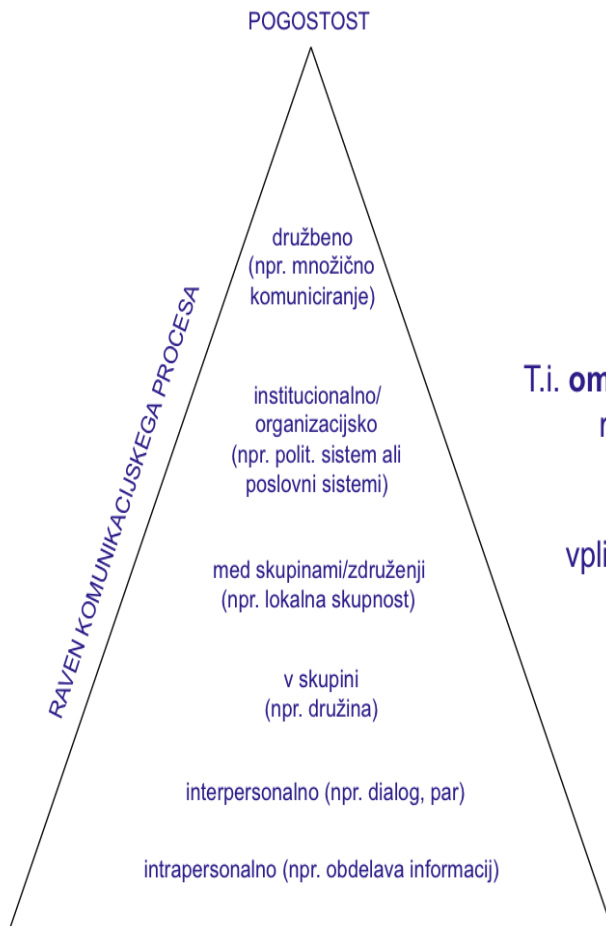
Zakaj poteka komuniciranje?(funkcija in namen)

Kako je komunikacija izvedena?(kanali, jeziki, kode)

O čem teče komunikacija?(vsebina, viri, vrste informacij)

Kateri so želeni in neželeni učinki komunikacije?(ideje, razumevanje, ukrepi)

Piramida komuniciranja (McQuail)



PIRAMIDA KOMUNICIRANJA  
(McQuail, 2005)

T.i. **omrežena družba** (networked society) ruši urejenost piramide; globalizacija presega vrh piramide in jo "razbija". T.i. "hibridna komunikacija" vpliva predvsem na prej jasno ločenost zasebnega in javnega

**Network Society:** [Jan van Dijk](#) in his Dutch book 'De Netwerkmatschappij' (1991) - translation: 'The Network Society' (1999, 2006)- and by [Manuel Castells](#) in the first part of his trilogy 'The Information Age' (1996). In 1978 James Martin used the related term 'The Wired Society' indicating a society that is connected by mass- and telecommunication networks.

## Shannonov in Weaverjev model (1949)

Jasen primer šole procesa, saj vidi komuniciranje kot prenos sporočil.

Njun poglavit interes je bil doseči, da bi bili komunikacijski kanali kar najučinkoviteje uporabljeni- zanju telefonski kabel in radijski valovi.

Njun osnovni model predstavlja komuniciranje kot preprost linearni (enosmerni) proces.

Prepoznati tri stopnje problemov:

–stopnja A (tehnični problemi)- Kako natančno se lahko prenaajo komunikacijski simboli?

–stopnja B (semantični problemi)- Kako natančno preneseni simboli podajo želeni pomen?

–Stopnja C (problemi učinkovitosti)- Kako učinkovito prejeti pomen vpliva na želeni način postopka?

Tehnični problemi stopnje A so najpreprostejši za razumevanje in so tisti, zaradi katerih je bil model izvorno razvit. Semantične probleme je lahko prepoznati, vendar težje rešiti, saj segajo od pomena besed do pomena, ki jim ga ljudje pripišejo. Upoštevata, da je pomen vsebovan v sporočilu; torej bo izbojšanje

kodiranja povečalo semantično točnost.

Trdita, da navedene 3 stopnje niso izolirane druga od druge, temveč so med seboj povezane in odvisne. Bistvo preučevanja komuniciranja na vsaki od teh stopenj je v razumevanju tega, kako lahko izboljšamo natančnost in učinkovitost procesa.

**Vir:** je razumljen kot tisti, ki sprejema odločitve; se odloči, katero sporočilo poslati

**Oddajnik:** ta sporočilo spremeni v signal, ki je poslan prek kanala k prejemniku

*Telefon:* kanal je žica, signal je električni tok v njej, oddajnik in prejemnik sta telefonski slušalki

*Pogovor:* usta oddajnik, signal zvočni valovi, ki prehajajo prek zračnega kanala, uho je prejemnik

Nekateri deli modela lahko delujejo več kot enkrat- usta oddajo signal v slušalko, ki je takrat prejemnik in postne oddajnik, ko pošlje signal v drugo slušalko

**Šum:** vse, kar je dodano signalu med njegovim oddajanjem in sprejemanjem, vir pa tega ni hotel; kateri koli signal, ki ga ni oddal vir in kar oteži natančno razkodiranje predvidenega signala

S&W priznava, da mora biti koncept šuma na stopnji A razširjen, da bi se lahko spopadel s problemi na B  
*Semantični šum:* na stopnji B; vsako popačenje pomeni, ki se zgodi v komunikacijskem procesu, pa ga vir ni predvidel in vpliva na prejem sporočila ali njegov cilj

*Tehnični šum:* na stopnji A; šum, ki nastane zaradi tehničnih vzrokov, lastnosti kanala, po katerem potujejo signali;

**Osnovni koncept- informacija:** S&W sta osredotočena na stopnjo A, kjer informacija na tej stopnji pomeni merilo predvidljivosti signala- torej število izbir, ki so spročevalcu na voljo, pravil tako pa nima nobene veze s vsebino. Za merjenje informacije uporabimo bit.

Na stopnji B se pojavi problem; semantični sistemi niso tako točno definirani, kot so signalni sistemi na stopnji A, zato je numerično merjenje informacij mnogo težje. Primer: nekdo je mlad- 1 bit informacije, torej, da ni star; dojenček- npr. 5 bitov informacije.

**Nadmerje:** tisto, kar je v sporočilu predvidljivo in kovencionalno

**Entropija:** nasprotje nadmerja

Nadmerje je posledica visoke predvidljivosti, medtem ko je entropija posledica nizke predvidljivosti

*Entropično sporočilo:* tisto, ki ima nizko predvidljivost in visoko stopnjo informacij

**Nadmerje kot tehnična pomoč:** S&W pokažeta, kako nadmerje pomaga pri točnosti razkodiranja in priskrbi nadzor, ki nam omogoča prepoznati napake- vedno preverjamo natančnost kateregakoli sporočila, ki ga prejmemo v nasprotju z verjetnim;

**Konvencija:** glavni vir nadmerja in je preprosta za razkodiranje; strukturiranje sporočila glede na skupne vzorce in predstavlja enega izmed načinov zmanjševanja entropije in povečanje redundance

Nadmerje pomaga premostiti probleme prenašanja entropskega sporočila- sporočilo, ki je nepričakovani, bo treba izreči večkrat, na različne načine, pomaga rešiti težave, povezane z občinstvom- če želimo doseči večje občinstvo, bomo morali oblikovati sporočilo z visoko stopnjo nadmerja, govor mora biti bolj nadmeren kakor pisanje

Funkcija nadmerja je torej način, ki pomaga premagati praktične komunikacijske težave- z natančnostjo, odkrivanjem napak, s kanalom in šumom, z naravo sporočila ali z občinstvom; sredstvo za izboljšanje k. Entropija: maksimalna nepredvidljivost; na stopnji A je entropija preprosto merilo števila možnih izborov signala

**Nadmerje in družbeni odnosi:**

*Fatično komuniciranje:* komunikacijska dejanja, ki ne vsebujejo nič novega, nobenih informacij, temveč uporabljajo stare kanale preprosto zato, da jih ohranijo odprte in uporabne- ohranitev enotnosti družbe, je zelo nadmerna--> vljudnost

*Konvencija:* npr. "Živjo", primer nadmernega komuniciranja; nanaša se na vedenje vljudnega človeka; skupne konvencije vežejo navdušence v subkulturo

Nadmerje je navadno sila, ki si prizadeva za status quo in nasprotuje spremembam, entropija pa je manj udobna, bolj stimulira in šokira, a je komuniciranje oteženo.

## Kanal, medij, koda

### Kanal

–preprosto fizično sredstvo, prek katerega je signal prenesen; glavni kanali so svetlobni valovi, zvočni, radijski valovi, telefonske žice, živčni sistem

### Medij

–tehnično ali fizično sredstvo preoblikovanja sporočila v signal, ki ga je mogoče prenašati po kanalu

Predstavitveni medij: glas, obraz, telo- uporabljaj naravne jezike izgovorjenih besed, izrazov, kretenj;

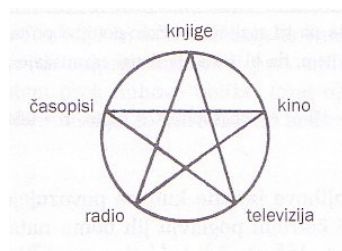
zahtevajo navzočnost sporočevalca, ker je on medij, omejeni so na tukajin zdaj in ustvarjajo kom. dejanja

Reprezentacijski medij: knjiga, slike, fotografije, pisanje- gre za številne medije, ki uporabljajo kulturne in estetske konvencije, da bi ustvarili tekst enakega tipa; so predstavljajoči in kreativni- ustvarijo tekst, ki lahko posname medij prve kategorije in obstajo neodvisno od sporočevalca; ustvarjajo kom. Dela

Mehanični medij: telefon, radio, TV; so prenašalci prve in druge kategorije- razlika med drugo in tretjo je ta, da mediji tretje kategorije uporabljajo kanale, ki so bili ustvarjeni s tehniko in so zato podvrženi večjim tehnološkim omejitvam, nanje bolj vpliva šum stopnje A

### Implikacija medija:

Krožni model Katz-Gurevitch-Hass (1973): razlaga medsebojnih odnosov med petimi množičnimi mediji (na podlagi ankete – vsak medij je najbolj podoben svojima sosedoma – če enega ni na voljo, bosta sosedna medija opravila njegovo nalogo)



### Kode

–je pomenski sistem, ki je skupen pripadnikom določene kulture ali subkulture; sestavljen je iz znakov, ki pomenijo nekaj drugega kot sami sebe in iz pravil ali konvencij, ki določijo, kako in v kakšnih kontekstih so ti znaki uporabljeni in kako jih lahko kombiniramo, da bi oblikovali bolj kompleksna sporočila

### Odnos med kodo in kanalom:

Fizične značilnosti kanala določijo naravo kode, ki jo lahko prenašajo; telefon je omejen na verbalni jezik; razvile so se številne sekundarne kode zato, da bi naredili že zakodirano sporočilo prenosljivo po določenem kanalu; sporočilo v primarni kodi je lahko znova kodirano v različne sekundarne kode

### Odnos med medijem in kodo:

Ni več tako jasen; televizija je medij, ki uporablja kanala vida in znova; uporabljajo se kode, ki so specifične za kanal in kode, ki so specifične za medij

Za kanal: vidni kanal (živa akcija, studijski posnetki in govor), kode: osvetljevanje, barve, hitrosti, jasnost, gibanje kamere, montaža in slušni kanal (šum, govor, glasba)

Medij in koda imata enake meje, toda koda je tisto, kar moremo preučevati, uporaba kode je pomembna, medij ji je le dodan; komunikacija se zgodi prek kulturno utemeljenih kod, ki jih medij prenaša

### Povratna informacija (Feedback)

–prenos prejemnikove reakcije nazaj k sporočevalcu

–Kibernetika: znanost nazdoza

Povratna informacija govorniku omogoča, da prilagodi svojo izvedbo glede na potrebe in odzive občinstva, sporočevalcu pomaga prilagoditi njegovo sporočilo glede na potrebe in odzive prejemnika, prejemniku

omogoča, da se počuti vključenega v komuniciranje

### **Kriteriji za vrednotenje učinkovitosti komunikacijskih kanalov:**

ZANESLJIVOST KANALA (stališče sprejemnika, zaupanje v posamezne komunikacijske kanale)

POVRATNI VPLIV (možnost, ki zagotavlja sprejemniku, da takoj odgovori in vpliva na vir sporočila)

STOPNJA VKLJUČEVANJA (potreba po perceptivnem naporu vseh čutil, da bi razumeli informacijo, ki jo prenaša nek kanal; vroči mediji: izčrpni, ni potrebe po interakciji, TV, radio; hladni: prejemnik sodeluje, fon)

DOSTOPNOST KANALA (možnosti in pogostost uporabe določenega kanala za določeno občinstvo)

EFEMERNOST KANALA (sposobnost ohranitve sporočila)

MOČ MNOŽIČNEGA DELOVANJA KAN. (lastnost kanala, da hkrati in hitro pokrije široko geo. področje)

KOMPLEMENTARNOST KANALA (sposobnost kanala, da dopolni kom. delovanje drugega kanala)

### **Gerbnerjev model (1956)**

Temelji na linearnosti modela S&W

Bistveni izboljšavi:

– sporočilo poveže z realnostjo, o kateri sporoča (približamo se vprašanju o percepciji in pomenu)

– na proces komunikacije glede kot na dve izmenjujoči si razsežnosti, a) perceptivna (razsežnostna) in b) komunikacijska (razsežnost sredstev in nadzora)

#### **Horizontalna razsežnost**

Proces se začne z dogodkom D, nečim v zunanji realnosti, ki jo dojema Č (človek ali predmet, kamera ali mikrofona). Č-jeva percepcija D-ja je percept D1. To je perceptualna razsežnost na začetku procesa. Odnos med D in D1 zajema izbor, saj ni mogoče, da bi Č lahko razumel celotno kompleksnost D-ja. Če je Č predmet, izbor določi njegova zgradba, če pa je Č človek, je izbor bolj kompleksen.

#### **Vertikalna razsežnost**

Percept D1 se spremeni v signal glede D-ja (SD oznaka)- to imenujemo sporočilo, torej signal ali izjava o dogodku. Krog, ki predstavlja to sporočilo, je razdeljen na dva dela: S se nanaša nanj kot na signal, obliko, ki jo prevzame, D pa na njegovo vsebino.

Glavna skrb sporočevalca: poiskati najboljši S za določen D- SD je enoten koncept, torej bo izbrani S očitno vplival na prezentacijo D-ja- odnos med obliko in vsebino je dinamičen in interaktiven.

Najprej gre za izbor sredstev- medija in kanala komuniciranja, potem pa za izbor iz percepta D1. Tako D1 nikoli ne more biti popoln in vsestranski odgovor na D.

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

#### **Dostop**

Horizontalna razsežnost modela nam pove, da mora biti televizijski D1 (percept) izbor D-ja, torej je najpomembnejši tisto, ki opravi izbor in čigar slika sveta je prenesena kot SD.

Dostop je pretežno vertikalni koncept v pomenskem smislu.

Dostop do medijev je sredstvo uveljavljanja moči in družbenega nadzora.

#### **Razpoložljivost**

Je dejavnik horizontalne razsežnosti, ki je enakovreden dostopu v vertikalni razsežnosti.

Pomaga ob selektivnosti določiti, kaj je resnično percipirano. Je še ena oblika selektivnosti, vendar pa v tem primeru izbor izvede sporočevalca- kako in komu naj bi bilo sporočilo na voljo. Npr. omejevanje programov, ki vsebujejo spolnost in nasilje na predvajanje po določeni uri in odrasli govor pred otroki.

Najpomembnejše povečanje razpoložljivosti je bil razvoj radijskih oddaj (za nepismene).

Model dovoljuje številne razširitve in omočoga, da v proces vključimo človeške in mehanske sile.

Je trikoten odnos med dogodkom D, perceptom dogodka D1 in izjavo o dogodku SD. Njegova razširitev modela z vključitvijo prejemnika Č3 omogoča, da dodamo percepcijo prejemnika glede sporočila tistim dejavnikom, ki določajo pomen.

Gerbner komuniciranje definira kot prenos sporočil in se nikoli ne dotakne problema, kako se pomen ustvari.

Obliko sporočila in uporabljene kode jemlje kot samoumevno. Njegovo delo se približa kombinaciji dveh

pristopov komunikacijskih študij, saj prizna, da se moti, ko predvideva, da so vsi horizontalni procesi podobni- naša percepcija sporočila ni nikoli enaka naši percepciji dogodka. Sporočilo je zakodirano drugače kako resnični dogodek in zato aktivneje usmerja naš odziv.

### **Laswellov model (1948)**

Njegov model usmerjen specifično na množično komuniciranje.

KDO pravi KAJ, po KATEREM KANALU, KOMU, S KAKŠNIM UČINKOM?

KDO (pobudnik), KAJ (sporočilo) KAKO (kanal), KOMU (prejemnik) S KAKŠNIM UČINKOM-feedback  
Komuniciranje obravnava kot prenos sporočil. Učinek pomeni opazno in merljivo spremembo v prejemniku, ki jo povzročijo spoznavni elementi v procesu. Lahko spremenimo tistega, ki sporočilo zakodira, lahko spremenimo sporočilo, kanal: vsaka od teh sprememb bi morala ustvariti primerno spremembo učinka.

### **Newcombov model (1953)**

Model je nelinearen- je trikoten; prvi od modelov, ki predstavi vlogo komuniciranja v družbi ali družbenem okolju; gre za ohranjanje ravnovesja v družbenem sistemu.

A in B sta sporočevalca in prejemnika (lahko sta posameznika, uprava ali ljudje), X je del njunega družbenega okolja. ABX je sistem, ki pomeni, da so njegovi notranji odnosi medsebojno odvisni: če spremeni A odnos do X, mora B spremeniti svoj odnos do X ali A.

A in B imata podoben odnos do X: ravnovesje v sistemu, sicer se mora sistem uravnovešati.

X ima različno stopnjo pomembnosti: stališča A in B so lahko različna, vendar dogovorjena ali uravnana z drugim mehanizmom (izid volitev); sistem je tako še vedno v ravnovesju.

Ravnovesje poveča potrebo po komuniciranju; model predvideva, da ljudje potrebujejo informacije.

### **Westleyjev in Macleanov model (1957)**

Nadgrajuje Newcombov model v smislu poudarka družbeni potrebi po informaciji- izrecno apliciran na množičnih medijih.

Temeljni spremembni glede na osnovni Newcombov model:

– uvedla sta nov element C- uredniška-komunikacijska funkcija; pomeni, da gre za proces odločanja o tem, kaj in kako komunicirati; model sta začela razširjati tako, da se začneta vračati na znano linearno obliko modelov; X je bližje A kot B in puščice so enosmerne. A postaja bližje sistemu, ki sporočilo zakodira, C pa ima nekaj elementov oddajnika

– A bi lahko razumeli kot poročevalca, ki pošlje zgodbo C-ju (njegovi redakciji), potem pa posredujeta zgodbo B-ju, torej občinstvu. V tem modelu je B izgubil vsako neposredno izkušnjo X-a, saj se je izgubil neposreden odnos z A

Množični mediji razširjajo družbeno okolje, s katerim mora imeti B določen odnos. Ohranila Newcombovo zamisel, da je potreba po ohranitvi skupne orientacije do X-a motiv za komuniciranje. Vendar pa imata zdaj A in C dominantni vlogi, B pa jima je prepuščen. Množična komunikacija je povečala družbeno okolje, do katerega se moremo orientirati. B-jeva potreba po informacijah in orientaciji se je povečala in postala odvisna od množičnih medijev in njihove razpoložljivosti.

“Napaka”: nismo tako odvisni od medijev, kako prikazuje ta model (družina, prijatelji, sodelavci, šola)

### **Jakobsonov model (1960)**

Ima določene podobnosti z linearnimi in s trikotnimi modeli. Kot jezikoslovca ga bolj zanimajo stvari, kot sta pomen in notranja struktura sporočila. Zapolni vrzel med procesnimi in semiotškimi šolami.

Njegov model je dvojen: začne z modeliranjem konstitutivnih dejavnikov v komunikacijskem dejanju- 6 dejavnikov, ki morajo biti prisotni, da bi bilo komuniciranje mogoče. Potem pa za vsak dejavnik naredi model funkcij, ki jih to komunikacijsko dejanje izvaja.

Sporočevalec pošlje sporočilo naslovljencu. Ta prepozna, da se mora sporočilo nanašati na nekaj drugega kot zgolj samo nase--> KONTEKST. Doda še 2 dejavnika: KONTAKT, s čimer se nanaša na fizični kanal ali psihološke povezave, ki so ustvarjene med sp. in nasl. In KODA, skupni sistem pomenov, s katerimi je sporočilo strukturirano.

Emotivna funkcija: opisuje odnos sporočila do sporočevalca- komuniciranje čustev, ki naredijo sp. ssebno  
Konativna funkcija: kako sporočilo učinkuje na naslovljenca; ključni pomen v propagandi  
Referencialna funkcija: najpomembnejša pri objektivnem, dejanskem komuniciranju; resnično, točno  
Fatična funkcija: ohranjanje odnosov med sporočevalcem in naslovljencem; izvede jo nadmeren element sp.  
Metajezikovna funkcija: identificiranje kode, ki se uporablja (zmečkan papir kot odpadki ali umetnost)  
Poetična funkcija: odnos sporočila do samega sebe, estetska funkcija, evfemizmi

Težava z modeli je ta, da so njihovi nameni navadno manj očitno sporočeni.

Pomembnost modela pa je v tem, da poudari sistematično izbrane značilnosti svojega teritorija, pokaže na izbrane medsebojne odnose med temi značilnostmi in sistem, ki stoji za izbiro priskrbi definicijo.

## Narativna teorija komuniciranja

**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.

- 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
- 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:

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

### Ključna pojma narativne paradigme in kritike:

Naracija in narativna racionalnost:

- notranja koherentnost zgodbe (organiziranosti in struktura, ni protislovnih sestavin)
- točnost zgodbe oz. Zgodbena zvestoba- opredeljena je kot stopnja zanesljivosti in resničnosti za poslušalce- logos podan skozi imaginativnost (metafore, geste, vrednote)

### Kritike narativne teorije:

- pojem narativnosti je preširok, saj je 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

## Komuniciranje skozi zgodovino

### Oblike komuniciranja:

- *Neverbalno komuniciranje*: je prva oblika komuniciranja (kretje, vonj, minika, glasovi), sorodno kot pri živalih
- *Govorno komuniciranje*: pojavi se jezik, definiran kot sistem dogovorjenih znakov za sporazumevanje in jeziki so temelj loveške družbe, saj jih imamo danes že preko 6000
- *Pisno komuniciranje*: prišlo se je z uporabo slikovnih zapisov pred okoli 30.000 leti, prvi znakovni zapisi so se prvič pojavljati pred okoli 3500 leti p.n.š pri Sumerjih (Mezopotamija) in bilo je omejeno na zaprte skupine. Naslednji bistven korak je bil leta 868 ko na Kitajskem izdajo prvo knjigo, za Evropo pa leto 1452 ko Johannes Gutenberg izumi tiskarski stroj. To vpliva na hiter razvoj v vseh smerih in je bistvenega pomena za razvoj znanosti

### Razvoj komuniciranja z uporabo tehničnih medijev

- **Telegraf**: telegrafija je znanje o tem, kako na daljavo prenašati sporočila in katere naprave uporabiti. Prvi telegraf je predstavil Samuel Morse leta 1837. Telegraf je tehnično izredno preprosta naprava, saj gre na oddajni strani za stikalo s povratno vzmetjo, na sprejemni strani pa pisalo, povezano z relejem. Njegov vpliv se najprej pojavi v ekonomiji – kdor je plačal zanj je dobil informacije, te pa je lahko izkoristil kot ekonomsko prednost, saj je bil seznanjen s stanjem na trgih. Abecedi v kateri so komunicirali preko telegrafov pravimo Morsova, razmahnila pa se je tudi enkripcija (šifriranje podatkov).
- **Telefon**: izumitelj telefona je Alexander Graham Bell, kateri je telefon predstavil leta 1876. Dobrih 10 let kasneje v ZDA vzpostavijo prvi priključni telekomunikacijski sistem. Na začetku so telefonska omrežja delovala tako, da je bilo potrebno linije med dvema uporabnikoma prekljapljati (sprva so to počeli ljudje), nato pa so te nadomestile telefonske centrale. Slovenija- Inštratel
- **Radio**: je sistem naprav in postopkov za prenašanje signalov (sporočila, glasbe) na daljavo, prenos pa temelji na elektro-magnetnem valovanju, katerega je preučeval James Maxwell, sam izum radia pa pripisujejo Marconiju. Po letu 1901 zasledimo prve radijske postaje, ki so oddajale program. Radio je prvo sredstvo množičnega komuniciranja in je omogočilo množicam dostop do informacij.
- **Televizija**: je sistem naprav in postopkov za prenos gibljivih slik na daljavo, prvi poskusi, pa so se prvič končali leta 1906 (Nipkow). Dejansko snemanje je omogočil Zvorkin, ki je leta 1923 odkril ikonoskop. Resen razmah pa se pojavi šele po drugi svetovni vojni: pomembna še dva dogodka: CCIR (vzpostavitev televizijskih standardov) in po letu 1990 razvoj interaktivne televizije – IP Tv.
- **Računalniki**: prvi računalniki (kot elektromehanski) so se prvič pojavljali od leta 1930 dalje. V 1960-tih letih v Ameriki postane omrežje ARPANET dostopno javnosti (zgodovina: vojaško omrežje, povezuje univerze, prelevitev v Internet, dostop do usenet). Bistven korak za področje komuniciranja preko računalnikov, se je zgodil leta 1975 ko predstavijo prvi mikroročalni računalnik, katerega cena je dostopna množicam. Posledično se zato pričnejo razvijati multimediji in mobilne komunikacije. Velja omeniti še Jon Postela, ki je avtor »legendarne« skice o povezavah ameriških univerz.

### Tim Berners Lee

Leta 1989 se je zaposlil v CERNu, kjer je zasnoval svetovni splet, izumil protokol HTTP in postavil prvi spletni strežnik. 25. decembra 1990 je s pomočjo sodelavcev pri CERNu vzpostavil prvo HTTP povezavo med odjemalcem in strežnikom preko interneta, zaradi česar je prepoznan kot izumitelj svetovnega spleta.