

## MEDIJI IN MNOŽIČNO 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.*

Izraz »množični mediji« se nanaša na sredstva komuniciranja, ki delujejo v velikih razsežnostih in dosegajo 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;
6. **Prenos** – označeno gibanje v prostoru in času;
7. **Povezovanje** – komunikacija kot povezovalc, artikulatork;
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;
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** težko najti eno samo definicijo; zasledimo nekaj kritičnih momentov.

### KRITIČNI MOMENT

- 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.
- 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.
- komuniciranje lahko izpostavimo kot posledico ali vzrok za določen sklop odnosov in vzorcev delovanja in obnašanja.
- komunikacija je lahko linearna (enosmerna) ali krožna (interaktivna).
- komunikacijo lahko razumemo kot vir reda, enotnosti ali kohezije ali pa kot vzrok za spremembe, fragmentacije in konflikte.
- 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** 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.

**OSNOVNI KOMUNIKOLOŠKI POJMI** Fiske (2005), Vreg (2000), Splichal (1999), McQuail (2001)

1. MEDIJSKE TEORIJE; Različni pogledi, definicije, v odnosu do družbene stvarnosti
2. MEDIJI IN MK; Kaj sploh je komuniciranje?

Izraz »množični mediji« se nanaša na sredstva komuniciranja, ki delujejo v velikih razsežnostih in dosega skoraj vsakega posameznika v družbi.

### »TRADICIONALNI« MNOŽIČNI MEDIJI

Množični medij kot fenomen, ki se nanaša na univerzalnost v dosegu, veliki razširjenosti (popularnosti) in javnemu značaju. Njegove značilnosti se kažejo v delovanju *političnega* in *kulturnega* življenja v družbi, v odnosu do politike

- ključni element v procesu demokratične politike z omogočanjem komunikacijskega polja in kanalov za široko razpravo, za razširjanje različnih informacij in stališč;
- sredstva za uveljavljanje moči za tiste, ki imajo privilegirani dostop do medijev
- V odnosu do kulture
- oblikujejo primarni vir definiranja in vtisa o družbeni realnosti in izražanja skupne identitete;
- predstavljajo najpogostejšo obliko preživljanja prostega časa, ki omogoča največje skupno kulturno okolje

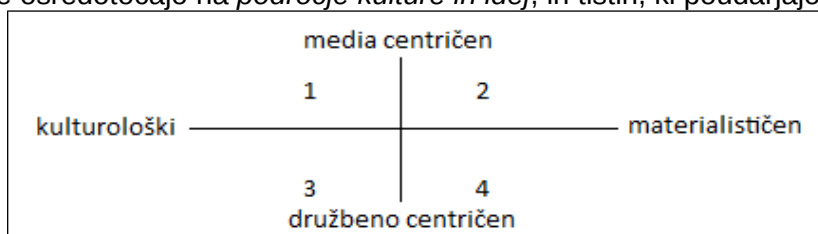
Z naraščanjem medijske industrije, ki daje medijem vse večjo moč na trgu, mediji povečujejo svoj ekonomski pomen.

### TEORIJA O MNOŽIČNIH MEDIJIH

- težko postaviti mejo med medijskimi teorijami in teorijami o družbi, McQuail (2001)
- mediji oblikujejo posebno družbeno institucijo v družbi, kjer veljajo njej lastna pravila, vendar je podvržena definicijam in omejitvam širše družbe
- množični mediji so odvisni od družbe, čeprav imajo precej neodvisne moči (povezanih z avtonomijo in ekonomsko močjo) različne povezave med družbo in mediji
- razlike med kritičnimi in bolj aplikativnimi pristopi
- delitev med medijsko (mediacentrični) ali družbeno naravnani (družbenocentrični). Poudarek na avtonomiji in vplivu komunikacij.
- *Medijsko naravnane* poudarjajo avtonomno delovanje medijev in velik vpliv množičnih komunikacij, *družbeno naravnane* pa razumejo medije kot odsev političnih in ekonomskih sil.

### DRUGA DELITEV TEORETSKIH PRISTOPOV:

- v teorijah, ki se osredotočajo na *področje kulture in idej*, in tistih, ki poudarjajo *materialne sile*.



### 4 VRSTE PERSPEKTIV

1. *Medijsko-kulturološka*
2. *Medijsko-materialistični*
3. *Družbeno-kulturološka*
4. *Družbeno-materialistična*

### TEORIJA

sistematičen sklop idej, ki lahko pomagajo pri razumevanju določenih fenomenov, vodijo dogajanje ali pa napovejo posledice.

Tako po McQuailu (2001) 4 vrste teorij.

Teorije ki so pomembne za množično komuniciranje:

- a. Družbeno znanstvene
- b. Normativne
- c. Operativne
- d. Vsakodnevne

**DRUŽBENO ZNANSTVENE TEORIJE** ponujajo splošne trditve o naravi, delovanju in učinkih množičnih komunikacij, ki temeljijo na sistematičnem in objektivnem opazovanju medijev in drugih relevantnih faktorjev. Loteva se širokih družbenih vprašanj in podrobnih vidikov individualnih informacij. Nekaj znanstvenih teorij se ukvarja z razumevanjem stanja, nekaj z razvijanjem kritičnega opazovanja in nekaj s praktičnimi aplikacijami na proces javnega informiranja.

## **NORMATIVNE TEORIJE**

se ukvarjajo s preučevanjem stanja in predpisovanjem delovanja, da bi dosegli določene družbene vrednote. Te teorije igrajo pomembno vlogo pri nastajanju in legitimiziranju medijskih institucij in imajo pomemben vpliv na pričakovanja o medijih. Velik del raziskovanja medijev je rezultat namere apliciranja različnih družbenih in kulturnih norm na medijsko delovanje.

## **OPERATIVNE TEORIJA**

se nanašajo na skupek praktičnih idej, ki jih medijski praktiki aplicirajo pri svojem medijskem delu. Takšne pristope lahko najdemo v mnogih profesionalnih organizacijah. V medijskih organizacijah pripomorejo k preučevanju mnogih vprašanj. V določenih točkah se operativne teorije prekrivajo z normativnimi teorijami.

## **VSAKODNEVNE ALI ZDRAVORAZUMSKE**

teorije o medijski uporabi opisuje kot znanje, ki se nanaša na vedenje, ki ga imamo, ko izhajamo iz naše osebne izkušnje z mediji. Omogoča razumevanje dogajanja, razumevanje, kako so mediji postavljeni v naša življenja, kako sledimo različnim medijskim zvrstem ipd.

Na osnovi tovrstnih teorij lahko naredimo ustrezne izbire, razvijemo vzorce obnašanja, določamo življenjske stile in identiteto medijskih uporabnikov.

## **TEORIJE O MEDIJIH**

- Posegajo na različna področja našega življenja in se tesno prepletajo z različnimi družbenimi teorijami.
- Pomemben položaj in ureditev družbe.
- Namen raziskovanja.
- ...
- *“Ni večje nesreče za ljudstvo kot odvzeti mu svobodo govora.”* Demosthenes

## **FUNKCIJE MEDIJEV**

demokratske funkcije, ki jih mora izpolnjevati medij že iz 19. stoletja

### **POLITIČNE FUNKCIJE**

- informirati
- izražati
- nadzorovati

**INFORMACIJSKA FUNKCIJA:** mediji morajo informirati javnost o političnih ciljih, vladnih strategijah, o predlaganih načrtih in političnih spremembah. Informacijska funkcija je seveda najstarejša izmed osnovnih funkcij medija in je večinoma funkcija »od zgoraj navzdol« (*top-down*)

**FUNKCIJA IZRAŽANJA** poudarja pomen medija kot kanala, preko katerega lahko posamezniki ali skupine izražajo različna stališča in uresničujejo svojo politično, kulturno in družbeno identiteto.

**FUNKCIJA NADZOROVANJA** se nanaša na pomen medija kot psa čuvaja (*watch dog*) v družbi

### **JAVNI PSI ČUVAJI**

V tej vlogi se medijsko delovanje predpostavlja kot omejevanje moči vladajoče skupine v državi

**MEDIJSKA REFORMA** zagotovo nesprejemljiva, če bi bila v škodo funkcije 'psa čuvaja'. In vendar je to pogosto nujno zlo. Licenca za delovanje.

MEDIJ V DRUŽBI - Ključna naloga medijev - uresničevanje javnega dobra in javnega interesa.

## **KOMUNICIRANJE IN DRUŽBENE SPREMEMBE**

### **Literatura:**

*Fiske (2005), Vreg (2000), Splichal (1999), McQuail (2001)*

**MNOŽIČNI MEDIJI** imajo pomembno vlogo pri družbenih spremembah in sodelujejo pri konstrukciji družbene realnosti

**INTERPRETACIJA DOGODKOV** pomeni hkrati konstrukcijo »sekundarnih« dogodkov, družbene spremembe, zaznane po določenem času, pa pomenijo rezultat razumevanja dogodkov

#### **MNOŽIČNI MEDIJI:**

- Imajo vlogo pri konstrukciji naše sedanosti in prihodnosti
- razlike glede na moč njihovega vpliva na sprejemnika.
- **Televizijo** lahko označimo kot najvplivnejši medij za prenos politične informacije.
- Večjemu delu populacije pomeni televizija osnovni vir informacij o družbenih dogajanjih, njena pomembnost pa izhaja tudi iz položaja, pridobljenega v sodobni družbi (sredstvo za vzgojo, zabavo in informiranje) (Negrine).
- sodeluje pri procesu družbenih sprememb: je kreator in produkt sprememb v družbi.

#### **SPREMENJENA DEFINICIJA**

Televizijski »output« je prenehal biti zgolj »ogledalo« družbe, temveč je definiran kot:

»precizna selekcija interpretacij dogodkov, kot medij, ki strukturira realnost za nas, ki oblikuje in uokvirja svet za nas, da v njem živimo in ga sprejemamo kot obstoječega (realnega) in legitimnega, kot medij, ki postavlja vrstni red, znotraj katerega nas vodi pri razpravljanju o razmerah in okoliščinah našega življenja« (Hoggart).

→ **Televizija** je ena osnovnih političnih in ideoloških institucij družbe.

#### **Množični medij ima široko dejavnost**

- funkcijo postavljanja vrstnega reda obravnave dogodkov,
- pomemben delež pri uveljavljanju kulturnih norm in – kar je morda najbolj pomembno →
- pomembna njegova dejavnost v odnosu do »tistih, ki vladajo v dominantnih institucijah«

#### **FORMIRANJE KONSENZA**

Če radiodifuzni mediji ne reflektirajo zgolj doseženega konsenza ali dane »realnosti«, ampak težijo k selekciji in reproduciranju teh definicij »realnosti«, ki je naklonjena in tudi legitimira obstoječe strukture v družbi, potem je njihovo delo del procesa »legitimacije« in »formiranja konsenza«.

**MNOŽIČNI MEDIJI V DRUŽBI** - Odnos med televizijo, politiki in državo je sestavljen iz kompromisov in prilagajanja tako s strani televizije kot političnih akterjev.

**CENZURA** - Sredstva izražanja nezadovoljstva ali izvajanja cenzure se lahko danes razlikujejo od tistih v preteklosti.

**SODOBNA CENZURA** - »Čeprav se novi sistem kajpak razlikuje od socialističnega v tem, da so bile funkcije prenesene s komunistične partije na demokratično izvoljene organe, to ne spreminja temeljnega odnosa odvisnosti medijev od zunanjih političnih oblasti, in redukcije javnosti na množico pasivnih konzumentov. Še več, dejansko določanje pogosto sodi v sfero nevidne moči neformalnih političnih moči, ki so zunaj demokratičnega in zakonskega nadzora in odločilno vplivajo na odločitve, ki jih formalno sprejemajo vlada, parlament, upravni odbori medijskih organizacij ali celo sami uredniki in novinarji.« (Splichal 1992: 60).

**NADZOR** - Bourdieujevo razumevanje kreiranja političnega polja (Bourdieu 1991: 171). Po njegovih besedah je oblikovanje nove politične sfere povezano z oblikovanjem trdnih pozicij političnih akterjev. Trdnost pozicij je povezana z nadziranjem ključnih družbenih institucij.

**NACIONALNI MEDIJ** - omogoča novim političnim akterjem bolj stabilno pozicijo in uspešno manevriranje na političnem polju

**MNOŽIČNI MEDIJ IN SISTEM** - Množični mediji, ki »izražajo« vrednote in značilnosti družbe, v imenu katere delujejo, ne morejo obstajati popolnoma neodvisno od samega sistema.

## MEDIJI V DRUŽBI

- povezanost med stratifikacijskim sistemom v družbi in procesom komuniciranja v množičnih medijih.
- Povezanost se kaže kot princip: višji socialni status v družbi pomeni večjo družbeno in ekonomsko moč in s tem večji dostop do množičnega medija in nadzora procesov komuniciranja.
- Dostop do množičnega medija v vseh družbah običajno pomeni tudi izraz moči
- Delovanje množičnih medijev se bolj nagiba k vzdrževanju kot spodbujanju obstoječih struktur moči v družbi.
- Medijske institucije bi naj bile v sožitju z drugimi institucijami in v veliki meri podpirajo prevladujoče norme in vrednote, ki veljajo v družbi.
- Kjer obstajajo veliki interni konflikti v družbi, je mogoče, da segmenti nacionalnega medija zavzamejo različne strani spora, vendar demokratični sistem predvideva, da se medij obrne stran od konflikta in ne zavzame nobene pozicije → To je značilnost televizije, medija, ki je še posebno podvržen nadzoru javnosti, in s tem prisiljen k določeni stopnji nevtralnosti.
- Spodbuja se nevtralnost, ki daje televiziji tendenco k spoštovanju, če ne že odkritemu podpiranju obstoječega reda in hkrati s tem odklanjanju radikalnih sprememb.
- delovanje vladajočih skupin sooblikuje medijske vsebine in določa, kaj je družbeno aktualno in katera informacija je najpomembnejša.
- Tako je delovanje nacionalnih medijev pogosto odsev delovanja vladajoče politične skupine, a ne zaradi politične naravnosti, ampak zaradi ohranjanja družbene stabilnosti in s tem obstoječega reda.
- Podpiranje dominantnih družbenih in interesov vladajoče skupine pomeni običajno tudi najbolj varno pot za ohranjanje institucije same.

## ??NADMERJE IN ENTROPIJA ?? (tukaj ni nič drugega pisalo)

nadmerje (redundanca)

- informacija (predvidljivost, konvencionalno)

Entropija (Fiske, 2005)

## JAVNOST

- Agregati pozornosti
- Skupek pozornosti vsebuje skupne nanašalske simbole
- Razpoložljenske skupine
- Različne stopnje pozornosti javnosti

**JAVNOST (Vreg)** - Javnost precej nejasno opredeljen tip socialne kategorije.

Ljudje v socialni kategoriji niso povezani zaradi fizične realnosti ampak po presoji opazovalcev, ki so opazili skupne značilnosti

- Ko komunikator naslovi na sloj (kategorijo) svoje sporočilo, se spremeni v JAVNOST
- Miselna konstrukcija je v glavi sporočevalca
- Ni potreben dejanski sprejem komuniciranega sporočila, ampak domneva o zaznavanju oz. Sprejemanju
- Obračanje k posamični javnosti (določena socialna kategorija) → Politik, oglaševalec, pisatelj

**POLITIČNA JAVNOST** – javnost kot socialna kategorija in kot socialni agregat

**SOCIALNA KATEGORIJA** – »ljudje« zv+brani v glavi govornika – množice (delavci) zapostavljeni

**SOCIALNI AGREGAT** – zbrana skupina, občinstvo

## AKTIVNA JAVNOST

Višja stopnja javnosti; sodeluje pri določenih vprašanjih in ni več nepovezana socialna enota; veže jo razpravljanje o določenem vprašanju; povezana je s komunikacijskimi vezmi; pereče vprašanje poveže pripadnike javnosti v trdnejšo socialno enoto.

**JAVNA RAZPRAVA** – kakovost javnega mnenja je v veliki meri odvisna od kakovosti javne razprave, spopad različnih mnenj. →kritična razprava, →javna polemika

**JAVNO MNENJE** - V kompetitivnem mnenjskem procesu, v katerem se srečujejo različni interesi, si posamezniki in skupine prizadevajo doseči konsenz o spornih zadevah. V tem procesu izoblikujejo skupno, javno izraženo mnenje javnosti, ki vpliva na delovanje institucij politične in državne oblasti. Tako se oblikuje javno mnenje kot oblika izražanja ljudske volje. (Vreg 1980, 28; Splichal 1997:4).

**POZORNA JAVNOST** – vrste pozorne javnosti = telo pozorna javnost 10-15% odraslega prebivalstva  
Skrajna dela javnosti z različnimi stopnjami pozornosti

**POSEBNE JAVNOSTI** – interesi posebne javnosti. Niso med seboj interesno povezani (sindikati, kmetje, študenti). Nekateri problemi presežejo svojo interesno omejenost in se zlijejo v OBČA JAVNOST = je obrnjena k dogodkom nasploh. Osrednji mediji so sredstva obče javnosti. Posebno javnost zanima le določen sektor dejavnosti. Je širša kot interesna skupina. Posebne javnosti imajo svoje organizacije, svojo ideologijo, svoje vzorce odzivanja(predvidljivo).

**STROKOVNE JAVNOSTI** – profesionalne skupine, ki imajo svoje organizacije, svoje vzorce vedenja in svoje etične kodekse.

**MNOŠTVO JAVNOSTI** – množstvo življenskih svetov

**OBČA JAVNOST** – simbolna raven, »obča« veljavnost

## **STRUKTURA IN FUNKCIJA SPOROČANJA V DRUŽBI**

*Harrold D. Lasswell*

**SPOROČANJSKO DEJANJE** – opišemo z odgovarjanjem na naslednja vprašanja:

- **KAJ? KAJ PRAVI? PO KATEREM KANALU? KOMU? S KAKŠNIM UČINKOM?**

**SPOROČANJE** – znanstveno proučevanje se osredotoča na eno izmed teh vprašanj

**KDO?** – odkrivanje dejavnikov, ki sprožijo in vodijo sporočanje. Analiza nadzora (control analysis)

**KAJ PRAVI?** – Ukvarja se z analizo vsebin (content analysis)

**PO KATEREM KANALU?** – ukvarjanje z radiom, filmom, tiskom in drugimi kanali. Analiziranje občil (Media analysis)

**KOMU?** – koga analize dosežejo. Analiza občinstva ( audience analysis)

**S KAKŠNIM UČINKOM?** – zanima nas vpliv na občinstvo. Analiza učinkov (effect analysis)

**PROUČEVANJE SPOROČANJA** – uporabnost razdelitve je odvisna od stopnje natančnosti, ki jo določimo kot primerno (različni cilji). Pogosto združevanje analiz (občinstva, vplivov).

## **FUNKCIJE PROCESA SPOROČANJA**

1. Nadzorovanje okolja (nadzor)
2. Sodelovanje delov družbe kot odziv na okolje
3. Prenašanje družbene dediščine skozi generacije (socializacija)

**BIOLOŠKE SORODNOSTI** – na vseh ravneh življenja. Nadzorovanje, sodelovanje in prenašanje

**SVETOVNO OKOLJE** – analogija v mednarodni politiki

## **UČINKOVITO SPOROČANJE**

- tehnične ovire
- cenzura
- nezadostno znanje
- sposobnost izbiranja informacij
- karakteristike sporočevalca
- upoštevanje vrednot (ideologija)

## **JEZIK**

Temeljna prvina simbolične interakcije, ki je uspešna, kadar so v zavesti obeh komunikacijskih partnerjev aktualizirani isti pomeni simbolov

**ZNAKI IN SIMBOLI** - Znaki imajo različne doživljajske in izkustvene razsežnosti. Imajo tudi simbolno funkcijo, če predstavljajo ali nadomeščajo predmete, stanje, dogodek (Znak vzbudi ideje, misli, ki jih sicer vzbudi predmet ali dogodek.)

**USPEŠNOST KOMUNIKACIJA** - Komunikativno dejanje uspešno, kadar se pomenski zalogi obeh partnerjev vsaj delno prekrivata (skladnost znakovnih sistemov).

**JEZIK** - Jezik ima naravo objektivnosti, kajti z njim se srečujemo z zunanjo dejanskostjo.  
-Jezik objektivizira različna izkustva našega življenja in jih tipizira da imajo pomen zame in za druge.  
-Jezik premošča različna območja v realnosti vsakdanjega življenja in jih hkrati povezuje v pomensko celoto.  
-S pomočjo jezika premostimo vrzel med svojim območjem dejavnosti in območjem drugega; svoj življenjski čas usklajujemo s časom drugega. Sposobnost jezika, da pričara različne objekte, ki časovno, prostorsko in družbeno niso prisotni.

**SIMBOLNOST** - Simbolni jezik postane sestavni del realnosti vsakdanjega življenja in splošnega razumevanja te realnosti. (Znanost, filozofija, religija, umetnost)

**ŽIVLJENSKO IZKUSTVO** - s pomočjo jezika ga objektiviziramo, akumuliramo; prenos znanja skozi generacije

**KONSTRUKCIJA REALNOSTI** - producirana skozi množične medije (izbirajo iz danega bazena informacij na osnovi tistih informacij, ki so v skladu z njihovim vrednostnim sistemom).

**UPORABNOST JEZIKA** - Skladnost sogovornikov glede uporabnostnega smisla jezikovnih znakov.

**KOMUNIKACIJSKI ODNOS** - Komunikator in recipient stopata v odnos s pomočjo jezikovnega sporočila. Pomembne izkušnje obeh partnerjev, koliko je izkušnja skupna in koliko jezik vsebuje signifikantne simbole (skupno definiranje simbolov).

### **USPEŠNOST KOMUNIKACIJSKEGA ODNOSA –**

- skupna pričakovanja
- odvisno od semantičnega vidika vsebine
- odvisno od pragmatičnega vidika odnosov med partnerji

V odnosu partnerja preverjata, koliko so norme in vrednote skupne.

**MNOŽIČNO SPOROČANJE** - Narava sporočanje izkušnje ima pomembne družbene posledice  
**KOMUNICIRANJE** - vpliv na ključna posameznikova in družbena stanja (Vreg)