

UVK – Suzana Žilič Fišer

1. Funkcije komuniciranja:

So demokratične funkcije, ki jih morajo izpolnjevati mediji že od 19. Stoletja dalje.

- 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 prenaša na pomen medija kot psa čuvaja)

2. Vrste javnosti:

- Politična javnost (Javnost kot socialna kategorija in kot socialni agregat)
- 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)
- Pozorna javnost (Pozorna javnost predstavlja 10-15% odraslega prebivalstva. Skrajna dela javnosti z različnimi stopnjami pozornosti)
- Posebne javnosti (Niso med seboj interesno povezani -> sindikati, kmetje, študenti, ... Nekateri problemi presežejo svojo interesno omejenost in se zlijejo v občo javnost. Posebno javnost zanima le določen sektor dejavnosti. Je širša kot interesna skupina. Posebne javnosti imajo svoje organizacije, svojo ideologijo, svoje vzorce odzivanja -> so predvidljiva)
- Strokovne javnosti (Profesionalne skupine, ki imajo svoje organizacije, svoje vzorce vedenja in svoje etične kodekse)
- Mnoštvo javnosti (Mnoštvo življenjskih svetov)
- Obča javnost (Simbolna raven -> zanimajo jo politični dogodki nasploh)

3. Jezik:

- Je temeljna prvina simbolične interakcij, ki je uspešna kadar so v zavesti dveh komunikacijskih partnerjev aktualizirani isti pomeni simbolov
- Jezik ima naravo objektivnosti, kajti z njim se srečujemo z zunanjo dejanskostjo
- Jezik subjektivizira 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
- Skladnost sogovornikov glede uporabnostnega smisla jezikovnih znakov (uporabnost jezika)
- S pomočjo jezika objektiviziramo življenjsko izkustvo, ga akumuliramo -> prenos znanja skozi generacije

4. 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)

5. Intepretacija dogodkov:

- Pomeni hkrati konstrukcijo sekundarnih dogodkov. Družbene spremembe, zaznane po določenem času pa pomenijo rezultat

razumevanja dogodkov (glede na medijsko interpretacijo) in ne zgolj dogodkov samih. Tako ne moremo zanikati, da imajo množični mediji pomembno vlogo pri konstrukciji naše sedanosti in prihodnosti.

6. **Semiotika:**

Preučuje znake in načine, kako le-ti delujejo. Osredotoča se predvsem na besedilo, kar je razvidno iz treh poglavitnih področij, ki jih obsega:

- Področje znakov (Pri katerih preučujemo različne načine predaje sporočila in kako se znaki nanašajo na ljudi, ki jih uporabljajo)
- Področje kod ali sistemov (V katere so znaki organizirani)
- Področje kulture (Znotraj katere te kodi ali znaki delujejo)

7. **Mit:**

- Za Barthesa je mit način razmišljanja kulture o nečem, način razumevanja tega. Barthes gleda na mit kot na verigo povezanih predstav. Barthesov poglavitni način delovanja mitov je prilagajanje zgodovini

8. **Metafora:**

- Prenesen pomen. Izražamo neznano v okviru tega, kar je znano. Metafora deluje, ko izberemo enako značne besede (ovira-zid). Sredstvo in vsebina morata biti znotraj iste paradigme

9. **Ideologija:**

- Ideologija znanosti (Je pravzaprav tema oddaje Hrana in populacije. Razlika med člani znanstvene in neznanstvene kulture je pravzaprav razlika med ideologijami, ki se pojavljajo v tem primeru)
- Ideologija in signifikacija (Vsaka kultura ima neke vrednote in mite, ki so skupni vsem članom kulture in nujni za obstoj kulture. Znaki dajo mitom in vrednotam konkretno obliko, tako da lahko ohranjamo ideologijo. S tem ko miti in vrednote postanejo javni, dajo posamezniku funkcijo

kulturne identifikacije. Torej je v praksi kulture vsak posameznik s pomočjo znakov sredstvo s katerim se ideologija ohranja)

- Ideološka analiza (Revija je namenjena deklicam oz. ženskam in širi zbirko pomena ženskosti. Pomeni so takšni, da se mladim ženskam zdijo privlačni, vendar služijo tudi interesom tistim, ki imajo moč, torej moškimi. Interesi moških so v nasprotju z interesi bralk na katere se revija nanaša)

10. Uspešnost komunikacijskega odnosa:

- Komunikacijski odnos (Komunikator in recipient stopata v odnos s pomočjo jezikovnega sporočila. Pomembne so izkušnje obeh partnerjev, ter koliko izkušenj je skupnih in koliko significantnih simbolov vsebuje jezik)
- Uspešnost (Je odvisna od skupnih pričakovanj, od semantičnega vidika vsebina, od pragmatičnega vidika odnosov med partnerji. V odnosu partnerja preverjata, koliko skupnih norm in vrednot imata)

11. Značilnosti množičnih medijev + teorije:

- Množični mediji (Imajo vlogo pri konstrukciji naše sedanosti in prihodnosti. Obstajajo razlike glede na moč njihovega vpliva na sprejemnika. Televizijo tako 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, informiranje. Množični mediji sodelujejo pri procesu družbenih sprememb -> So kreatorji in produkt sprememb v družbi. Imajo funkcijo postavljanja vrstnega reda obravnave dogodkov. Imajo pomemben delež pri uveljavljanju kulturnih norm. Njihova dejavnost je pomembna v odnosu do tistih, ki vladajo v dominantnih situacijah)
- Teorija (Je sistematični sklop idej, ki lahko pomagajo pri razumevanju določenih fenomenov. Vodijo dogajanje ali pa napovejo posledice)
- Družbeno znanstvene teorije (Ponuja 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

razumevanje 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 teorije (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. Na osnovi tovrstnih teorij lahko naredimo ustrezne izbire, razvijemo vzorce obnašanja, določimo življenjske stile in identiteto medijskih uporabnikov)

12. Komponente pri komuniciranju:

- Simbol, govor, jezik
- Razumevanje (Predvsem dejanja sprejemanja, bolj kot pošiljanja)
- Interakcija, odnosi (Aktivna izmenjava in koorientacija)
- Zmanjševanje nejasnosti (Hipotetična osnova želja, ki vodi v iskanje želje po informacijah z namenom prilagoditve)
- Proces (Celotna sekvenca prenosa)
- Prenos (Označeno gibanje v prostoru in času)
- Povezovanje (Komunikacija kot povezovalec, artikulator)
- Stičnost, skupnost (Povečanje skupnih točk, podobnosti)
- Kanal, prenašalec (Razmah prenosa s primerno referenco na pot ali prenašalca)

- Spomin, shranjevanje (Komuniciranje vodi v akumulacijo informacij in mi lahko komuniciramo s tako shranjenimi informacijami)
- Diskriminatorni odgovor (Poudarek na procesu, kjer se dogaja selektivna pozornost in interpretacija)
- Stimuli (Poudarek na sporočilu kot vzroku odgovora ali reakcije)
- Namen (Poudarja namensko naravo komunikacijskega akta)
- Čas in situacija (Pozornost na kontekst komunikacijskega akta)
- Moč (Komunikacija videna kot sredstvo vpliva)