



Univerzitet Crne Gore
Fakultet političkih nauka

Uvod u komunikologiju

Osmo predavanje – *Komunikacija u masovnim medijima II*

22. novembar 2023. godine

Teorije masovne komunikacije II

Teorija medija i tehnološki determinizam Maršala Mekluana

Maršal Mekluan

- Mediji su **produžeci ljudi** (bukvalno su ekstenzije vida i sluha kroz vrijeme i prostor) i ostavljaju trajne i važne posljedice po čovjeka i njegovu okolinu.
- Mediji su ti koji su nam pružili **mogućnost zajedničkog doživljaja** različitih događaja ili situacija, gdje god bili.
- Mekluan je bio **tehnološki determinista**. Smatrao je da sve novine dolaze sa tehnološkim promjenama.

Maršal Mekluan

- Njegova najpoznatija izjava je da je **medij poruka**
- To znači da mediji transformišu naše iskustvo i da je **to daleko važnije od konkretnih poruka** i sadržaja koji se plasiraju putem medija. Tehnologija određuje, determiniše iskustvo.
- Društva su uvijek bila oblikovana više **prirodom** medija kojim su njegovi članovi komunicirali, nego samim **sadržajem** komunikacije.
- Mekluan time iz komunikacionog modela isključuje **primaoce i pošiljaoce**

Maršal Mekluan

- Mekluan je definisao četiri ključna vremenska razdoblja u kojima su ljudskom komunikacijom dominirali različiti mediji, tj. različita čula

PLEMENSKO DOBA – ključni komunikacijski alat je GOVOR

DOBA PISMA – čitanje je ključni alat

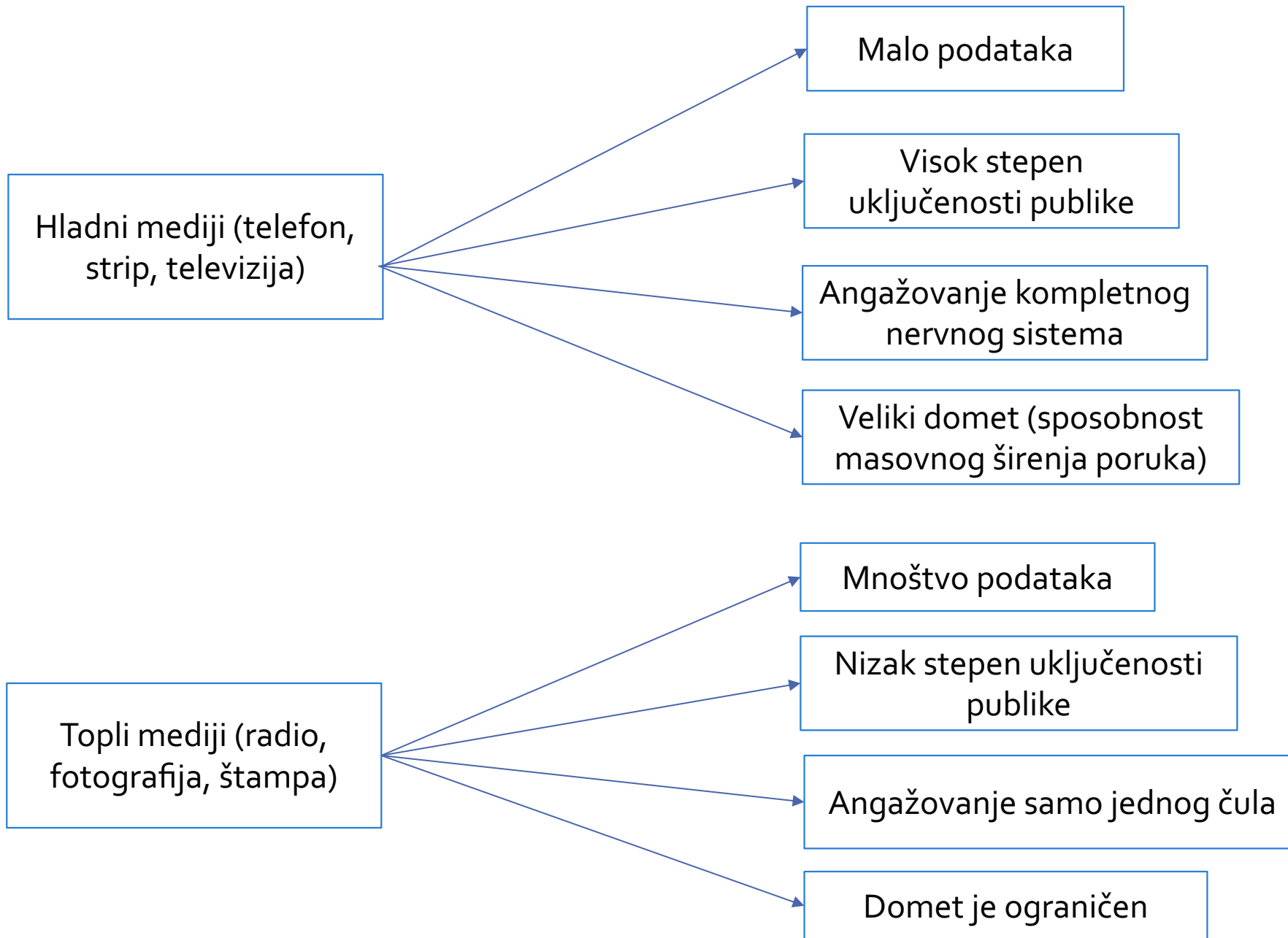
DOBA ŠTAMPE - dominira pisanje

ELEKTRONSKO DOBA - dominiraju sva čula, kompletan nervni sistem se angažuje

Četiri ključna doba prema dominaciji određenih medija,
odnosno čula (Maršal Mekluan)

Maršal Mekluan

- Mekluan tvrdi da moderni mediji omogućavaju komunikaciju svih sa svima, bez obzira na vrijeme i mjesto i na fizičku distancu
- Mekluan je taj umreženi svijet elektronskih medija nazvao **globalnim selom**



Teorija koristi i zadovoljstva (*Uses and Gratification Theory*)

Teorija koristi i zadovoljstva

- Medijska istraživanja su se uglavnom fokusirala na ponašanje medija prema publici
- Ova teorija potrebe publike stavlja u prvi plan, smatrajući je aktivnim faktorom u komunikacijskom procesu sa medijima.
- Teorija koristi i zadovoljstva je jedna od prvih teorija koja na publiku gleda kao na aktivne subjekte.
- Prva istraživanja u tom smjeru sprovela je **Herta Herzog**, austrijsko-američka sociološkinja
- Bavila se razlozima zbog kojih ljudi prate određeni sadržaj
- Identifikovala je tri razloga:
 - 1. emocionalno opuštanje,**
 - 2. maštanje,**
 - 3. dobijanje savjeta/učenje.**

Teorija koristi i zadovoljstva

- Elihu Kac je prvi dao naziv ovoj teoriji još 1959. godine

Teorija koristi i zadovoljstva

- Denis Mekvejl (1972) predlaže shemu odnosa medija i ličnosti, kojom su obuhvaćena tri najznačajnija medijska zadovoljstva:
- *razbibriga* – oslanjajući se na čovjekovu potrebu da s vremena na vrijeme pobjegne od svakodnevice i problema koje ona sa sobom nosi
- *lični odnosi* – druženje i društvena korist, samousmjerenje
- *traganje za okolinom* – traganje za informacijama koje se tiču okoline u kojoj ličnost živi i koje mu mogu biti od značaja.

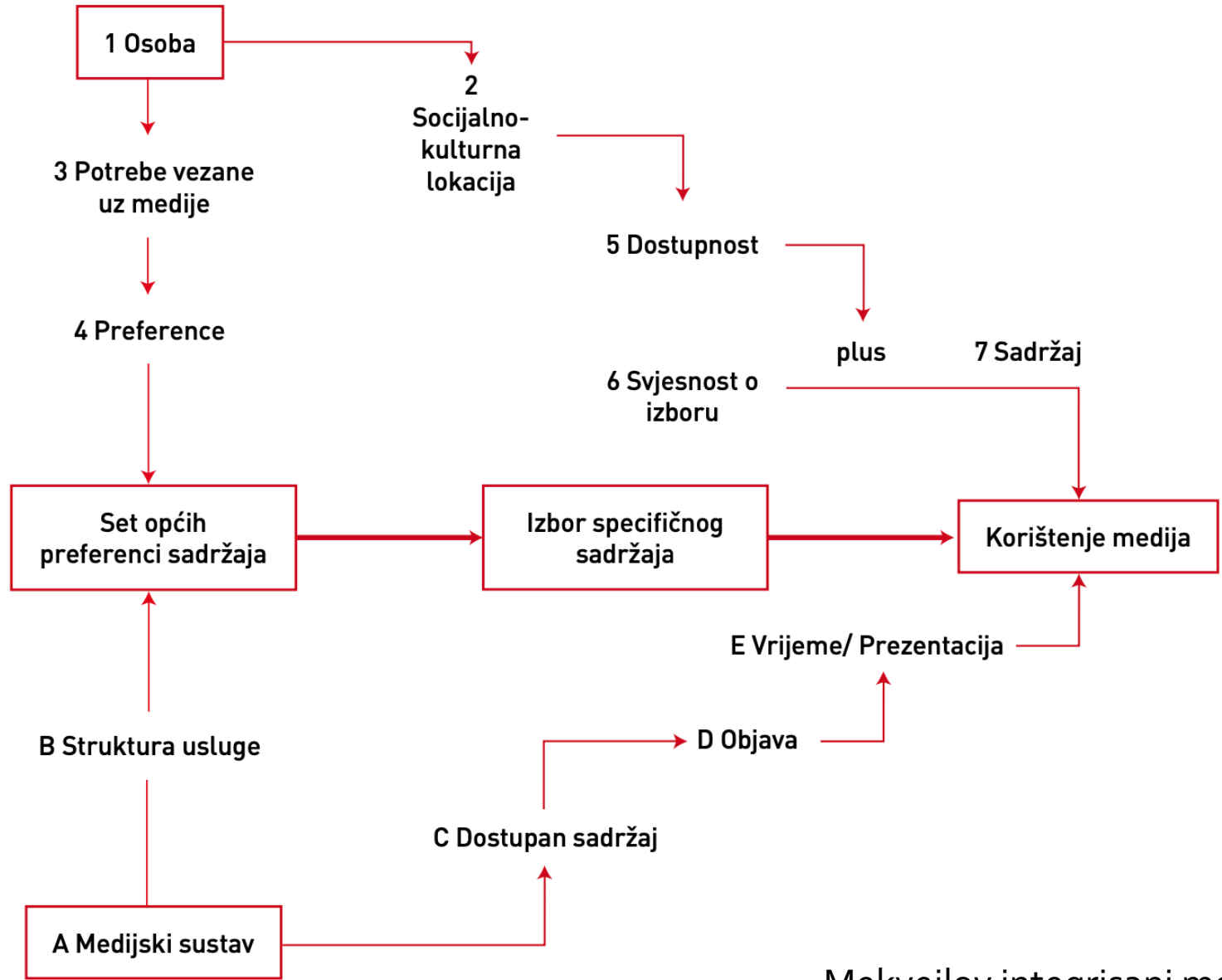
Teorija koristi i zadovoljstva

- Blumer i Braun (nav. prema Mažarević 2016) su naveli četiri glavna faktora na osnovu kojih pojedinac koristi medije:
- **integracija na socijalnom i ličnom nivou**: vezano za jačanje karaktera njihove ličnosti i za njihove lične odnose
- **izbjegavanje ili bijeg**: vezano za želju za zabavom i razonodom
- **kognitivni faktor**: koji se odnosi na sve ono što je povezano sa informisanjem
- **afektivno-estetski**: jačanje emocionalnih iskustava i zadovoljstava.

Mekvejl integrirani model medijskog izbora

- Mekvejl je model razvio na osnovu teorije koristi i zadovoljstva.
- Sam model može se posmatrati **iz perspektive medijske publike ili iz perspektive medijskog sistema** koji proizvodi određeni sadržaj.

PUBLIKA



MEDIJI

Mekvejlov integrirani model medijskog izbora (Čerepinko 2011, 144)

Četiri teorije štampe

Četiri teorije štampe

Liberalna

Autoritarna

Komunistička

Teorija društvene odgovornosti

Liberalna i autoritarna teorija

- Međusobno suprotstavljene
- Liberalna teorija se zasniva na minimalnom učešću države u regulisanju medija, a autoritarna na dominantnom
- **Liberalna teorija** svojstvena je društvima liberalne demokratije, a glavne su slobode govora i preduzetništva
- Ovu teoriju karakteriše tzv. samoregulišuće tržište ideja –mišljenje da bi sve ideje trebalo predstaviti javnosti, a ljudi će izabrati najbolje sa tržišta ideja. Nema potrebe da vlada reguliše ni ovo tržište, kao ni tržište robe. **Paralela sa laissez-faire doktrinom.**
- **Autoritarna teorija** svojstvena je autoritarnim društvima ili diktaturama, a počiva na postojanju različitih oblika kontrole medija (cenzura, propisi i dozvole i sl.) kako bi se zaštitila vladajuća elita.

Komunistička teorija

- U njoj mediji šire isključivo stavove i informacije komunističke partije, čime se sprečava bilo kakav dijalog i rasprava o pojedinim društvenim pitanjima
- Kod autoritarne teorije, naglasak je na onome što novinari ne smiju (da kritikuju vlast), a u komunističkoj se ističe ono što bi trebalo da rade (širenje obrazovnja, društvenog i kulturnog razvoja ka najširim slojevima, ali se podrazumijeva da ne smiju kritikovati komunistički sistem)

Teorija društvene odgovornosti

- **Teorija društvene odgovornosti**, polazi od liberalnih vrijednosti, ali naročito ističe koncept **odgovornosti**
- **Prema ovoj teoriji**, te tvrdi da mediji moraju služiti javnosti i javnom interesu, u suprotnom država ima pravo da interveniše
- Kod ove teorije o poštovanju ljudskih prava i etičkih i profesionalnih standarda se staraju sami novinari/ke
- Teorija društvene odgovornosti se razvija nakon tzv. **Hačinsove komisije o slobodi štampe** 1947. godine u SAD-u
- Komisiju je osnovala grupa čikaških intelektualaca koji su istraživali najpovoljniji model odnosa između medija i države
- Preovladalo je mišljenje da **država treba da ima minimalan uticaj, a da je potrebno da se mediji samoregulišu**

Teorija društvene odgovornosti medija

- Prema ovoj teoriji, mediji treba da imaju sljedeće karakteristike:
 1. Profesionalne standarde i etiku;
 2. Treba da nadziru rad institucija;
 3. Da predstavljaju glas zajednice i podstiču pluralizam;
 4. Da se kontrolišu samoregulacijom, a ne državnom regulacijom;
 5. Da služe javnom interesu.

Spirala tišine

Spirala tišine

- Javno mnenje predstavlja:

“sva ona mišljenja i ponašanja koja pojedinac mora izraziti ili prihvatiti da ne bi bio izolovan od javnosti (...)” (Noelle-Neumann, nav. prema: Čerepinko 2011, 164).

Spirala tišine

- Noel Njuman 'spiralom tišine' označava mehanizam prema kojem su ljudi pod pritiskom da ne iznose javno svoj stav kad misle da je taj stav u manjini

Spirala tišine

- Najčešće situacije u kojima se ovaj mehanizam pojavljuje su različite tzv. situacije kod kojih je javno mnjenje 'fluidno', nije čvrsto definisano
- Često se 'spirala tišine' pojavljuje u različitim kriznim situacijama (ratovi, nepogode), kompetitivnim okruženjima (poslovi u kojima je puno konkurencije) i novim situacijama u kojima se pojedinci ne osjećaju sigurno ili dobro.
- Glavni uzroci "ućutkivanja manjine", prema Noel Njuman, su masovni mediji, a uticaj televizije nadilazi uticaj svih drugih medija
- "Avangarda" je u stanju da se odupre uticaju medija

Kritika industrije svijesti (Adorno i Horkhajmer)

Adorno i Horkhajmer

- Najznačajniji predstavnici Frankfurtske škole, Maks Horkhajmer, Teodor Adorno i Herbert Markuze, smatrali su da se kontrolom jezika može kontrolisati i vršiti raspodjela moći unutar nekog društva
- Ko god kontroliše proizvodnju kulture može da kontroliše koje se poruke i na koji način šalju 'masama', a on je obično u skladu sa onima koji proizvode kulturu
- Na taj se način se oblikuje shvatanje svijeta u skladu sa određenim *skupom vrijednosti, ideja i pogleda* na stvari koje se naziva **ideologijom**

Adorno i Horkhajmer

- Teoretičari Frankfurtske škole smatrali su da se kultura i u njoj sadržana ideologija često koristi kako bi se održao **status quo**, prevlast određene klase koja pokušava da održi vlastitu nadmoć unutar društva u kojem djeluje

Adorno i Horkhajmer

- Kulturna industrija podstiče zavisničko ponašanje pojedinca
- Kulturna industrija je zasnovana na imitaciji, a ne na originalnosti
- “Ono što nije konformističko, osuđeno je na ekonomsku nemoć” (Tomić 2003, 147)
- Masovni mediji se služe homogenizacijom sadržaja i ponavljanjem
- Kulturna industrija neprekidno obećava konzumentima ono što ne može da im pruži