SLOBODA - Ideja i borba za zaštitu ljudskih prava i sloboda stara je koliko formalno postoje organizirane ljudske zajednice. To pokazuje kako su ljudksa prava i slobode najvažnija pitanja čovjekove egzistencije. -Danas ih čine sva ona načela, norme i standardi koji jamče osobna, politička, ekonomska, socijalna, kulturna i druga prava svakog pojedinca. -Ljudska su prava izbila u prvi plan u posljednja dva stoljeća, posebice zbog industrijalizacije, tehnološkog razvitka i humanističkih pokreta, afirmirajući osobito opće vrijednosti za koje se moraju primjenjivati standardi koje je usvojila međunarodna zajednica. -Najvažniji među njima su Deklaracija o pravima čovjeka i gađanina (1789.), Opća deklaracija o pravima čovjeka (1948.), Europska konvencija za zaštitu ljudskih prava i osnovnih sloboda (1950.), Međunarodni pakt o građanskim i političkim pravima (1966.).

è Deklaracija o pravima čovjeka i građanina - Članak 11. -Slobodno priopćavanje misli i mišljenja jedno je od najdragocjenijih prava čovjeka; svaki građanin može govoriti, pisati i tiskati slobodno osim ako te slobode ne zloupotrebljava u slučajevima utvrđenim zakonom

è Opća deklaracija UN-a - Članak 18. -Svatko ima pravo na slobodu mišljenja, savjesti i vjeroispovijedi

Članak 19. -Svatko ima pravo na slobodu mišljenja i izražavanja; to pravo uključuje slobodu zadržavanja mišljenja bez uplitanja i slobodu traženja, primanja i širenja informacija i ideja putem bilo kojeg medija i bez obzira na granice.

Magna Carta Libertatum -Smatra se prvim pisanim ustavnim aktom u svijetu i dokumentom koji jamči građanska prava i vladavinu zakona; -Potvrđivala je važnost principa dovođenja kraljeve vlasti u okvire zakona, ograničavala je njegovu moć, davala određene povlastice plemstvu, a slobodni ljudi su dobili određena jamstva protiv samovoljnih kraljevskih postupaka.

JOHN LOCKE - Predstavnik empirizma i osnivač spoznajne teorije, utemeljitelj liberalizma - Locke se suprotstavlja tezi o potrebi apsolutne vlasti. Prirodno stanje odlikuje jednakost među ljudima i sloboda; prirodni zakon - razum uči ljude da su jednaki i da ne smiju nanositi štetu jedan drugome. Ali svatko se mora sam brinuti za njegovo održanje, a pojedinci bi mogli biti pristrani u rješavanju svojih sporova. Taj nedostatak može se otkloniti društvenim ugovorom kojim se svaki pojedinac odriče svog prirodnog prava da sam brani i održava prirodno stanje. Tako se uspostavlja država koja treba potvrditi i održati razumno prirodno stanje, da jamči život, slobodu i vlasništvo. -Locke zagovara potrebu podjele vlasti na zakonodavnu (koja je najviša), izvršnu i federativnu (koja se odnosi na vanjsku politiku). Trajni je suveren samo narod, a suverenitet je neotuđiv. Narod zakonodavcu privremeno povjerava zakonodavnu vlast, ali je može i silom uzeti natrag ako zakonodavac iznevjeri povjerenje koje mu je bilo dato. Tako Locke opravdava pravo naroda na revoluciju.

DVIJE RASPRAVE O VLADI -“...tamo gdje nema zakona nema ni slobode. Jer sloboda znači biti slobodan od ograničenja i nasilja drugih, što nije moguće tamo gdje nema zakona. Ali sloboda nije, kao što nam se kaže: sloboda svakog čovjeka da čini što ga je volja...” To je sloboda u smislu da čovjek slobodno raspolaže svojim imanjem, radom, osobnošću, a ne da bude potčinjen volji neke osobe, već sljedi svoju volju i odlučuje o svojim namjerama.

JOHN STUART MILL(1806-1873) -„O slobodi“ - jedan od temeljnih tekstova suvremenog liberalizma. -Mill zagovara "jednostavno" načelo prema kojemu se ljudsku slobodu može ograničiti samo ukoliko šteti drugima. Načelo štete, kako se često naziva, u svojoj primjeni na uređenje društvenih odnosa isključuje sve despotske i autoritativne oblike vlasti koji guše slobodu pojedinaca i njihovu individualnost. -Od posebne važnosti za sreću pojedinca i društva u cjelini jest sloboda govora koju se ničim ne smije ograničavati.

SLOBODA GOVORA (IZRAŽAVANJA) -Sloboda govora je pravo izražavanja vlastitih stajališta i mišljenja bez straha od sprječavanja ili kažnjavanja; -Stuart Mill smatra kako sloboda govora nije važna samo zato što svatko ima pravo na slobodu izražavanja, već i zato što zajednica u kojoj živimo ima pravo čuti naša mišljenja. -Sloboda izražavanja predstavlja temeljnu civilizacijsku stečevinu. Danas je ona u svjetskom poretku neupitna vrijednost. -Sve suvremene demokratske zemlje svojim ustavima i zakonima izrijekom štite slobodu izražavanja kao temeljno ljudsko i građansko pravo. -Demokracija kao oblik vladavine i sustav samoregulacije jedne moderne političke zajednice nezamisliva je bez aktivnog i informiranog građanina kao svoje pretpostavke. -Otuda je logično da se takvom građaninu u demokratskoj političkoj zajednici, koja takvom hoće i ostati, mora zajamčiti ne samo pravo na oblikovanje i javno izražavanje mišljenja, nego i pravo da bude informiran, tj. da prima raznovrsne informacije, ideje i mišljenja drugih!

SLOBODA TISKA -Sloboda medija -Sloboda objavljivanja bez ograničavanja odstrane vlasti -Apsolutna sloboda medija (tiska) bez ikakvih ograničavanja od strane vlasti

CENZURA -Lat. censura → procjena imetka, ocjena -Administrativne mjere država, vjerskih, stranačkih i drugih vlasti protiv objavljivanja, čitanja, širenja i posjedovanja, slušanja i gledanja nepoćudnih i za društvo opasnih tiskanih i rukopisnih knjiga, filmova, videokaseta itd. te radijskih i televizijskih emisija, kazališnih predstava itd.

OBLICI CENZURE -Preventivna cenzura –Autocenzura -Suspenzivna cenzura

PREVENTIVNA CENZURA -Nadzor nad radom nakladnika i tiskara -Zabrana rada tiskara -Uskraćivanje financijske potpore izdavačima -Postavljanje podobnih urednika -Obveza predaje rukopisa prije slanja u tiskaru

AUTOCENZURA -Urednici ne objavljuju svaki rukopis -Autori se ne dotiču nekih tema -Knjižničari sami odlučuju povući neke knjige u spremište

SUSPENZIVNA CENZURA -Autori moraju sami ispraviti tekstove ili filmove -Pljenidba tekstova -Uništavanje tekstova (slanjem u preradu, javnim spaljivanjem) -Zabrana raspačavanja -Popisi zabranjenih knjiga -Zabrana unošenja knjiga iz inozemstva -Izbacivanje nepoćudnih knjiga iz knjižnica -Osuđivanje i progon autora -Prisiljavanje na odricanje od autorstva -Spaljivanje autora zajedno s knjigama

VRSTE BORBE ZA SLOBODU TISKA 1. Teološki pristup – kritika državne cenzure u ime razuma, koji nam je podario Bog; 2. Ideja da se upravljanje tiskom treba rukovoditi pravom pojedinca; 3. Utilitarna teorija (utilitarizam) – izjednačavala je državnu cenzuru nad javnim mnijenjem s dozvolom za despotsku vladavinu i smatrala je protivnom načelu maksimalno mogućeg povećanja sreće onih kojima se vlada; 4. Ideja dostizanja istine kroz nesputanu javnu raspravu među građanima;

TEOLOŠKI PRISTUP -Areopagitica Johna Miltona (1644.)

JOHN MILTON ● Prkoseći državnim propisima koji nalažu da knjige moraju dobiti službenu dozvolu za tiskanje i proći cenzuru, Milton se zalaže za slobodni tisak, kako bi se “ljubav prema Bogu i duh slobode i znanja” mogli neometano širiti ● Paušalno ograničavanje tiska je nedjelotvorno i neizvodivo, a uspoređuje ga s seoskim plemićem koji je mislio da će otjerati vrane iz svog parka tako što će zatvoriti kapiju; ● Cenzura tiska je gnjusna i zato što pojedincu onemogućava korištenje slobode da razmišlja, razlikuje i svojom voljom odabere kršćanski način života ● Cenzori ne mogu umjesto nas odlučiti kako da živimo. Bog je čovjeku podario razum, a time i sposobnost da čitamo i biramo između dobra i zla u skladu s onime što nam nalaže savjest. Time što nas upućuje da čitamo što god želimo, i sami o tome sudimo, Bog iskazuje svoje povjerenje u nas. ● Državna cenzura odbacuje razum koji je Bog dao čovjeku. Ona je oblik ubojstva: “Tko ubije čovjeka, ubija sam razum, sliku Boga kakva je u oku, tj. kako se neposredno odražava u umu čovjeka.” ● Milton se nije zalagao za potpunu slobodu tiska od svih državnih propisa. Smatrao je da knjige papinskih fanatika treba pročišćavati; ● Predviđao je uvođenje zakona o naknadnom kažnjavanju svake zloupotrebe ili pretjerane raspuštenosti tiska;

PRAVO POJEDINCA -upravljanje tiskom treba se rukovoditi pravom pojedinca (John Lock) i kasnije razvijena

à MATTHEW TINDAL -Prirodnopravna teorija slobode tiska prvi je put eksplicitno razvio Matthew Tindal -Odbacio je religiozna opravdanja cenzure tiska; tvrdi, kao i Milton, da smo mi razumna bića, obdarena bogomdanom sposobnošću da razlikujemo istinito mišljenje od neistinitog. -“Prirodno je pravo svakoga da sam prosuđuje u stvarima vjere… Ograničavanje tiska je nekršćansko i protivno prirodnom pravu. Plemenito tiskarsko umijeće, koje nam je božanskim proviđenjem otkriveno da sam oslobodi tiranije svećenstva pod kojim smo stenjali… ne smije se pretvoriti u sredstvo kojim će nas ponovno uniziti u svećeničke robove”. -Tindal je prenio načelo prirodnog prava i na politiku -“Nasuprot takvim težnjama, prirodno je što su pojedinci skloni objavljivati kradom od državnih ograničenja. To je ispravno i dolično jer pojedinci su ovlašteni da svoja prirodna prava ostvaruju slobodno, bez obzira na vlast”. -Sloboda tiska najznačajnije je takvo pravo -“Sloboda tiska jamči slobodu od političkih razmetljivaca, parlamentarnih obmana i robovanja državi. Ona osigurava dobru vladavinu, zasnovanu na prirodnim pravima pojedinaca koji su, zajedno sa svojim izabranim predstavnicima, sposobni živjeti u uvjetima vladavine zakona”.

UTILITARIZAM - državna cenzura nad javnim mnijenjem=despotska vladavina; protiv sreće onih kojima se vlada

JEREMY BENTHAM -Kako uspostaviti sustav biranja „nedespotskih“ vladara koji će odabrati one koji će donositi i provoditi zakone koji će povećavati sreću? -Kako bi politički sustav bio dobar treba ispuniti dva važna zadatka: stvoriti oblik vladavine koji pogoduje povećanju sreće građana, uz pomoć civilnog društva strukturiranog zakonima i razmjenom na slobodnom tržištu, kao i zaštiti te iste građane od pohlepne vlasti. -Takva vrsta despotizma mora se obuzdavati mehanizmima kao što su prošireno pravo glasa, tajno glasovanje i česti izbori (tada već ostvareno u SAD-u) -Sloboda tiska posebno je važna jer bez nje se izbori ne mogu smatrati slobodnim i djelotvornim izražavanjem želja birača. Povremeni izbori bez stalne slobode tiska sličili bi na imanje na kojem su “osam mjeseci godišnje svi psi čuvari zatvoreni, a ovce prepuštene nadzoru vukova”. -Utilitarna obrana slobode tiska zasniva se na ideji da služi kao protuteža despotskoj vladavini, olakšavajući donošenje i primjenu zakona koji pridonose najvećem mogućem zadovoljstvu najvećeg broja ljudi.

DOSTIZANJE ISTINE ●“kao što se slama ne može oduprijeti naletu vjetra, tako ni greška ne može odoljeti Istini”; ● Tijekom 18.st. u Engleskoj su se argumenti zasnovani na istini snažno razvili, a najutjecajnija i svjetovna verzija pojavila se u djelu Johna Stuarta Milla O slobodi ● Mill daje tri razloga koja jamče slobodno kruženje mišljenja putem tiska čiji je značaj nezamjenjiv:

1. Svako mišljenje koje vlasti ili civilno društvo ušutkuju, kao navodno pogrešno, može se pokazati kao točno, u smislu da može biti suglasno s činjenicama i izdržati snažne protuargumente zasnovane na tim činjenicama.

2. Ako se neko mišljenje i ispostavi kao potencijalno, ono često sadrži zrnce istine. Prevladavajuće mišljenje o bilo kojoj stvari rijetko sadrži cijelu istinu. To znači da se puna istina može doseći jedino kroz sučeljavanje s drugim, suprotnim mišljenjem.

3) Jedno mišljenje može zaista predstavljati cijelu istinu, i ništa osim istine, ali ako se suoči s osporavanjima, ono će se uskoro pretvoriti u predrasudu – “u mrtvu dogmu, a ne živu istinu”. “Nesretna sklonost ljudi da prestanu razmišljati o nekoj stvari kada se u nju više ne sumnja, uzrok je mnogih njihovih grešaka. To je i zato što povijesne epohe nisu ništa manje sklone greškama od pojedinaca ili grupa ... Sigurno će budući vjekovi odbaciti mnoga mišljenja koja su sada općeprihvaćena, kao što je sadašnji vijek odbacio mnoga koja su nekada bila opća.

BILL OF RIGHTS -Propisuje da kralj nije ovlašten bez suglasnosti parlamenta obustaviti važnost zakona, ni bilo koga osloboditi od zakona i njihovih posljedica. Kralj više nije ovlašten uvoditi nove poreze i davanja bez suglasnosti parlamenta. Podanici se imaju pravo obraćati kralju s raznim molbama i nitko se ne smije zbog toga progoniti. -Kralj ne može skupljati ni imati vojsku bez suglasnosti parlamenta. Protestantska religija i njeni sljedbenici imaju slobodu u svakom pogledu. Izbori za parlament moraju biti slobodni, a on se mora sastajati često.

-U parlamentu je osigurana sloboda u svakom pogledu. Izbori za parlament moraju biti slobodni, a on se mora sastajati često.

VIRGINIA DECLARATION OF RIGHTS -Čl. 1. : Svi ljudi su po prirodi slobodni i neovisni na isti način i posjeduju određena urođena prava, koja oni svom potomstvu ne mogu oduzeti nikakvim ugovorom, čak i ako uspostave neku državnu vezu, i to uživanje u životu i slobodi, sredstva za sticanje i posjedovanje imovine i stremljenje ka sreći i sigurnosti. -Čl. 2.: Sva moć počiva u narodu i proizilazi iz njega; službenici su samo opunomoćenici i službenici naroda i u svako doba su mu odgovorni. -Čl. 3.: Vlada je ili bi trebala biti angažirana u smislu općeg blagostanja, zaštite i sigurnosti naroda, nacije ili pojedinca -Čl. 5: Zakonodavna i izvršna državna vlast trebaju se razlikovati i biti odvojene od sudske vlasti (...). -Čl. 12: Sloboda tiska jedna je od najjačih utvrda slobode uopće i može biti ograničavana samo od strane despotskih vlada.

BILL OF RIGHTS

-Naziv za prvih 10 amandmana Ustava SAD-a

-Niz ograničenja federalne vlasti kojima se štite prirodna prava na slobodu i vlasništvo, uključujući pravo na slobodu govora, slobodu tiska, slobodu okupljanja i slobodu osnivanja stranaka i udruga.

SLOBODA TISKA (OD DEPOTIZMA DO DEMOKRACIJE) - UTJECAJ SLOBODE TISKA - Ferdinand Toennies kritizirao svoje suvremenike (početkom 20.st.) koji su predviđali temeljni značaj razvoja “javnog mnijenja” kroz slobodu tiska -Moderna društva su podijeljena i asocijativna, strukturirana pomoću tri međusobno povezana organizacijska načela: tržišta, države i javno mnijenje -Tržišni ugovori, zasnovani na racionalnom proračunu, zamjenjuju prisnu srodnu slogu predmodernih zajednica; zakoni koje je formulirao državni aparat zauzimaju mjesto drevnih narodnih navika i običaja; a javno mnijenje potkopava srednjovjekovno religiozno vjerovanje: “Tijekom nekoliko posljednjih stoljeća kršćanstvo je izgubilo ono što je javno mnijenje dobilo”.

DEPOTIZAM I SLOBODA TISKA -Države koje su pokušale novosti podvrgnuti strogoj kontroli ili ih sasvim prikriti, počele su se nazivati despotskima -“Jedan od oblika despotske vladavine sastoji se u tome da se narod drži u stanju neinformiranosti o događajima u svijetu uopće, a posebno onima u njihovoj neposrednoj blizini” – carigradski dopisnik Gazette de Leyde 1784

SLOBODA IZRAŽAVANJA I SLOBODA TISKA -Kada je riječ o slobodi izražavanja postoji miješanje slobode izražavanja i slobode tiska. -Liberalne teorije počivaju na dvjema konvencijama koje pripadaju domeni praktičnog. Prema prvoj - novinar je činitelj slobode izražavanja građanina. S obzirom da novinar ima pristup medijima, on govori umjesto građanina, koji ga zadužuje da prikazuje raznorodne informacije i bogatstvo i raznolikost stajališta. Prema drugoj konvenciji, novinar provodi tu slobodu izražavanja tako što ga delegira vlasnik njegove medijske kuće. Vlasnik medijske kuće je zapravo taj koji raspolaže slobodom tiska kao rezultatom slobode izražavanja i slobode poduzetništva. -Međutim, zadaci predstavljanja i delegiranja ipak su podvrgnuti stegama, koje dovode do izricanja sumnji u pogledu toga koliko je novinar istinski sposoban postupati na samostalan način, vođen samo vlastitom savješću, uz uravnoteženost slobode i odgovornosti, kao što bi trebalo biti po liberalnoj misli. -Poteškoća proizlazi prije svega iz toga što se neprekidno održava miješanje dva pojma, slobode izražavanja shvaćenog kao prava privatnih osoba i slobode tiska shvaćenog kao obavljanje javne funkcije.

To zamjenjivanje posljedica je nadvladanog shvaćanja novinarstva koje je postojalo u doba (XVIII. stoljeće) kada je, u jednoj osobi mogla biti objedinjena funkcija izdavača, tiskara i novinara. Industrijalizacija tiska, profesionalizacija novinarstva i razvoj medija doveli su do toga da je danas spajanje svih tih funkcija u jednoj osobi postalo potpuno nerealno. Sloboda osnivanja i izdavanja nekog glasila ne poklapa se više sa slobodom izražavanja novinara. Liberalni diskurs ne uzima u obzir to razdvajanje i ne vodi računa o njemu. U svome klasičnom obliku on svaljuje svu odgovornost samo na pojedinačnu savjest svakog novinara. U svojoj modernoj formi dopušta postojanje profesionalnih instrumenata, ali im ne jamči i čak im i ne priznaje nikakvu stvarnu djelotvornost, već smatra da imaju samo status idealne reference.

Deregulacija medija (slobodno tržište) SUVREMENA BORBA ZA SLOBODU MEDIJA. - Rasprave o vođenje politike u sferi tiska, a posebno elektronskih medija, sve se više vode na staromodnom jeziku državne cenzure, individualnog izbora, deregulacije, tržišne utakmice i svitanja era komunikacija obilježene “slobodom izbora, umjesto regulacijom i oskudnošću” (Rupert Murdoch)

-Murdoch insistira na tome da je tržišna utakmica ključni preduvjet za slobodu medija, shvaćenu kao slobodu od državnog uplitanja, kao pravo pojedinaca da priopćavaju svoja mišljenja bez vanjskih ograničenja. -Mediji rukovođeni tržištem osiguravaju utakmicu. Ona omogućuje pojedinačnim potrošačima da odluče što žele kupiti. Zahvaljujući njoj, cijene ostaju niske, a kvaliteta visoka; opskrbljivači su primorani preuzeti rizik i neprestano unositi inovacije, kako bi spriječili da im posao preuzmu konkurenti koji nude bolje, savršenije proizvode

-Mediji rukovođeni tržištem oslobađaju pojedince od dominacije pravovjernih vrijednosti koje podupire država. Utakmica osigurava slobodan ulazak na tržišta mišljenja svakoj tvrtki koja misli da ima nešto što bi pojedinci voljeli čuti, pročitati ili vidjeti. Na taj način tržišno usmjereni mediji opslužuju i masovne i manjinske publike, oslobađajući ih televizijskih, radijskih i novinskih birokrata.

-Deregulacija je idee fixe tržišnog liberalizma. Mediji koje država organizira i štiti, posebno elektronski i telekomunikacije, osuđuju se bezrezervno. Za njih se tvrdi da su skupi, neefikasni i opterećeni restriktivnim navikama. -Mediji pod državnom zaštitom se također kritiziraju što zanemaruju interese reklamne industrije. Mediji, navodno, trebaju istodobno pružati dvije vrste usluga – publiku opskrbljivati programom, a oglašivače publikom. Po mišljenju tržišnih liberala, u ovoj drugoj funkciji elektronski mediji u javnoj službi ozbiljno podbacuju. Tako se britanski duopol (BBC-ITV) kritizira jer ograničava “reklamne minute” ili “oglasne poruke”. Na taj se način podižu cijene, ograničavajući ponudu dobara ili usluga, financijski cijede tvrtke, namećući im visoke direktne troškove u obliku monopolskih reklamnih tarifa.

-Pojedini zagovornici tržišnog liberalizma priznaju da neke tvrdnje o konkurentskom tržištu ne vrijede za reklamiranje. Priznaju da ne postoje snage koje će osigurati da se cijena tv-reklama spusti na razinu cijena emisija. Prema tome, televizija koju izdržavaju oglašivači smatra se industrijom koja donosi rentu, odnosno profite koji premašuju razumnu stopu prihoda, i koju konkurencija ne pogađa.

-Najčešće se smatra da ograničavanje reklame čija se cijena određuje tržišnom utakmicom ima neželjene posljedice na ekonomiju u cijelosti, a pogotovo na potrošače programa. Slobodno tržište oglašavanja poboljšava kvalitetu informacija. Ono potiče inovacije, spušta cijene i pojačava natjecanje između tvrtki. Tržišno oglašavanje donekle stvara i “slobodne” medije jer troškove oglašavanja ne plaćaju neposredno čitatelji ili gledatelji. Slobodna tržišta reklame jamče publici istinski izbor informacija i emisija i osiguravaju uvjete za istinske utakmice između oglašivača prilikom kupovine vremena u eteru.

-Tržišni liberali napadaju pokroviteljstvo medija pod državnom zaštitom. Po njima, načelo radiodifuzije u javnoj službi bilo je manjkavo od samog početka. U Britaniji, kaže se, da je javnu službu osnovala društvena elita i da se suvremena javna služba nije otarasila visokoparnih predrasuda. Ona se neopravdano oslanja na nostalgični prijezir prema poslovnoj etici. Ona se zasniva na elitizmu, snobizmu i antikomercijalnim predrasudama: poslovni ljudi su prevaranti.

-Javna služba pretpostavlja da čitava nacija može i treba imati pristup istom broju kanala, od kojih svaki nudi emisije privlačne za sve i poslužuje svaki ukus. Mediji u javnoj službi pretendiraju da su oruđe javnog dobra, a ne sredstvo manipuliranja ljudima, koje im nudi razonodu ili podilazi. Oni se rukovode načelima objektivnosti, nepristranosti, potpunosti i kontinuirane službe domovini. A u stvarnosti, javni servis suzbija istinsko predstavljanje individualnih potreba i briga. Ona sužava, omeđuje i smanjuje izbor. Od njene birokracije se ne traži stalno i detaljno objašnjenje programskih odluka. Javni servis podrazumijeva sustavno i samovoljno cenzuriranje potrošačkih izbora.

RAZVOJ KOMUNIKOLOGIJE -KOMUNIKOLOGIJA-Znanost o medijima koja se prvenstveno bavi procesom komunikacije u javnosti. Riječ je prije svega o neizravnoj javnoj komunikaciji koju posreduju masovni mediji. -Društvena znanost koja proučava ljudsko djelovanje i socijalnu zbilju koja je rezultat tog djelovanja

PREDMET KOMUNIKOLOGIJE - Harold D. Lasswell proces komunikacije opisao je u onom što je postalo poznato kao Lasswellova formula: “Who says what in which channel to whom with what effect?”

PODRUČJA ISTRAŽIVANJA -Istraživanje komunikacije (“who?) proučava osobe i organizacije koje sudjeluju u nastanku i širenju medijskih sadržaja; -Istraživanje iskaza (“what?”) bavi se predmetom medijskih sadržaja i analizira formalna obilježja, žanrovske oblike i njihove medijske osobitosti; -Istraživanje o recipijentima (“whom?”) bavi se publikom i proučava vrstu i količinu korištenja medija, njezin tijek i uvjete te funkcije i motive recipijenata;

PODRUČJA ISTRAŽIVANJA 2 -Istraživanje medija (“in which channel?”) bavi se pojedinačnim masovnim medijima, tj, njihovim organizacijskim oblicima, političkim i ekonomskim uvjetima, strukturama, zakonitostima i tehnologijama na kojima se temelje i njihovim posljedicama; -Istraživanje učinaka (“what effect?”) proučava izravne i neizravne posljedice i učinke različitih medija na znanje, razmišljanje, uvjerenja, stajališta, osjećaje te ponašanje na individualnoj i društvenoj razini.

PREDMET ISTRAŽIVANJA - Komunikologija je društvena znanost koja proučava ljudsko djelovanje i socijalnu zbilju koja je rezultat tog djelovanja. -Prvotno je predmet komunikologije prije svega bila masovna komunikacija. Na osnovi novog tehničkog razvoja postaju važniji ostali oblici komunikacije

TEORETSKO-EMPIRIJSKA ZNANOST -Komunikologija je specifična i zbog načina rada koji obuhvaća i teoriju i empiriju. na teoriju ne gledamo kao na apstraktnu činjenicu daleku od prakse nego kao na mogućnost objašnjavanje tijeka procesa u zbilji empirijska istraživanja prvenstveno služe za provjeru teorije, pri čemu “empirijsko” znači ono što je utemeljno na iskustvu, tj. opažanju

POVIJEST AMERIČKE KOMUNIKACIJE

-Korijeni američke komunikologije nalaze se u rješavanju praktičnih problema; gospodarskoj, političkoj i vojnoj upotrebi medija za reklamu i propagandu

-Na nedostatak teorijskog referentnog okvira koji bi omogućio red u pojedinačnim studijima ukazao je Carl Iver Hovand (1954), jedan od pionira u istraživanju efekata (učinaka) masovne komunikacije

- Glavne razloge za nepostojanje teorije razradio je Robert K. Merton (1957), uspoređujući evropsku sociologiju znanja s američkom komunikologijom.

- Komunikolog se karakterizira kao mobilna osoba unutar socijalnog ili gospodarskog sustava koja prikuplja podatke potrebne onima koji vode organizacije, traže nova tržišta ili kontroliraju ljude.

-Komunikologija se bavi brzim i jeftinim prikupljanjem činjenica koje se mogu iskoristiti za kratkoročne odluke, a da pri tome ne pita “zašto”.

-Merton postavlja tri glavne razlike između sociologije znanja i američkih istraživanja masovnih komunikacija:

1.Istraživanje masovnih komunikacija prihvaća ono što nalazi takvim kakvo jest, ono je suvremeno – kratkoročno i nesustavno. Sociologija znanja istražuje duhovni život u cjelini na filozofsko-antropološkoj i povijesnoj osnovi.

2.Istraživanje masovnih medija teži mjerenju “pulsa” konzumenata i za to koristi znanstveno neupitne metode. Sociologiju znanja zanima povijest, egzistencijalna istina, priroda znanja i intersubjektivnost.

3.Tehnika i tijek istraživanja u sklopu istraživanja masovnih komunikacija imaju tendenciju osamostaljivanja. Za sociologiju znanja ta je problematika sekundarna

KRITIČKI PRISTUPI U EUROPI=TEORIJE O MEDIJIMA -Svi pripovjedni oblici teže pružiti neke normalne poruke, bez obzira na to što im je još bilo namjerom, a ta opće poznata istina osnova je teorije medija. -Nju su sagradili prvi teoretičari masovnih medija. Možemo ih podijeliti na liberale i marksiste. -Riječ je o teško pomirljivim skupinama, kojima se priklanjaju sve teorije medija, čak i u strogo tehnološkome smislu.

1. LIBERALIZAM -Apsolutna mjera, izvor i mjesto ljudske vrijednosti počiva na pojedinačnoj osobi; sloboda čovjeka je najvažnija -Liberalizam je uvelike doktrina o tome što ne treba raditi. -Ne smije se prisiljavati ljude da misle na određeni način, niti treba dijelovati na način koji opasno ograničava slobodu drugih. Oni imaju svoj prostor, a vi svoj, i svatko ima pravo da taj prostor iskorištava po vlastitom izboru.

2. TEORIJA PROIZVODNJE QUEENE LEAVIS -Krenula od povijesnog obrasca prema kojemu jedno elitno središte povezanog društva proizvodi bogatu i zadovoljavajuću kulturu, koja je masama nerazumljiv -Takvo društvo, prema shvaćanju Q. Leavis, nije bilo moguće izvan jedinstvenog i vjerski povezanog gledanja na povijest i prirodu svijeta u kojemu je čovjek bio povezan u skladni univerzum unutar dodijeljena mu prostora i zajednice jezika.

3. POLITIKA KULTURE FRANKA LEAVISA -Moderno društvo izdalo je pojedinca, rad je učinilo smrtno dosadnim i jednoličnim, privatni život mučno poduzetnim, a stvaralački pohlepno komercijalnim. -Jedini spas vidi u intezivnom bavljenju pomno probranim djelima pisaca koji su dio tradicije i čije nam je iščitavanje kadro podariti snagu da ustanemo protiv najgrubljih učinaka modernoga društva. -Od 1930. sa suprugom Q.D.Leavis vodio je kampanju za očuvanje visoke kulture od masovne, narodne kulture, koju su smatrali nesofticiranom i banalnom. -Kampanju protiv masovnosti kulture vodio je preko svog časopisa Scrutiny, a vrlo često je ona bila usmjerena protiv novina i njima pridruženom “zlu reklama”. -“Masovni mediji potiču najjeftinije osjećaje reakcije; filmovi, novine, reklame svih vrsta, komercijalno orijentirana romaneskna književnost – sve to nudi zadovoljenje na najnižoj razini”. -Smatrao je medije glavnom prijetnjom i civilizaciji, nositeljem masovnosti, inferiorne kulture i standardizacije.

4. MARKSIZAM -Način proizvodnje i društveni odnosi koji ga izražavaju međusobno su uvjetovani, što znači da jedni uzrokuju druge. Kapitalistički način proizvodnje odvaja kapital (koji akumulira u obliku profita) od rada (čiju cijenu kapital mora držati na najnižoj mogućoj razini) -Proizvodni odnos je, prema Marxu, nužno u sukobu i temelji se na eksploataciji rada. Jedini način na koji radna snaga može ovladati kapitalom jest podruštvljenje sredstava za proizvodnju revolucijom.

5. FRANKFURTSKA ŠKOLA -Osnivač=njemački biznismen Felixa Weil -Želio je provesti samostalno propitivanje Marxovog učenja, a zbog krtičkog upozoravanja na opasnosti i konformizam u nastavi na njemačkim sveučilištima -Okupljalište zanimljivih ljudi i najznačajnijih imena u teoriji društva, politike i medija: Max Horkheimer, Theodor Adorno, Leo Lowenthal, Herbert Marcuse i Walter Benjamin.

è LEO LOWENTHAL -Izazvao je duboku promjenu u shvaćanju popularne kulture, kada, istražujući brojne tjednike o američkom kućnom životu, Saturday Evening Post, Harper’s i slične, uočava pomak što se zbio tijekom 1920. godina između rukovodećih ljudi industrije prema “slavnim ličnostima”, posve novoj kategoriji koja obuhvaća sportaše, filmske i kazališne glumce kojima je svima zajedničko to da se njihovoj slavi treba diviti, ali ne u njoj i sudjelovati. -To je trenutak u kojemu kapitalizam prelazi iz svoje proizvodne faze u potrošačku. Začetak je to “spektakularnog” društva.

è TEORETIČARI MANIUPLACIJE -Adorno, Horkheimer, Marcuse i Habermas -Habermas: Masovna kultura znači prilagodbu potrebama za opuštanjem i zabavom potrošačkih i zabavom potrošačkih skupina s relativno niskim obrazovnim standardom -Adorno i Horkheimer: Industrija kulture prakticira apologiju društva, idolpoklonstvo postojećemu i moći njihove ideje 60-ih je razvio Malvin De Fleur svojom strukturno-funkcionalnom analizom

è HERBERT MARCUSE -Mediji imaju ključno značenje u manipulaciji potrebama potrošača i za oblikovanje “jednodimenzionalnog čovjeka” -Neprimjetno oblikuju ljude u skladu s potrebama postojećeg sustava tako što potiskuju kritičko individualno razmišljanje i promiču ono “jednodimenzionalno” -Klasni interes koristi masovne medije za reklamu nasilja i gluposti, za omamljivanje slušatelja -Mediji odvraćaju pozornost od zatupljujućeg rada i navode na opuštanje, zabavu i konzumaciju i pri tome stvaraju “lažne potrebe”

OSNIVANJE KOMUNIKOLOGIJE I PRVI TEORETIČARI - PRAVCI RAZVOJA -Znanstvena istraživanja masovnog komuniciranja nakon II svjetskog rata razvijala su se u dva pravca: jedan su predvodili sociolozi na čelu s Paulom Lazarsfeldom, povezani s Zavodom za primijenjena društvena istraživanja (BASR) na Sveučilištu Columbia, a drugi samostalno proučavanje koje je utemeljio Wilbur Schramm.

-Komunikologiju je detaljno razradio tek 1963., a tada je napisao da su za to zaslužna četiri pionira – “očevi osnivači”: Kurt Lewin, Carl Hovland, Harold Lasswell i Paul Lazarsfeld

-Radovi Lasswella i Lazarsfelda usmjereni su gotovo isključivo na proučavanje utjecaja medija na javno informiranje i stavove, kao i neki od radova Hovlanda na Sveučilištu Yale, čiji je naglasak bio na istom problemu (vidi Hovland et al. 1949).

-Katz i Lazarsfeld (1955) su istaknuli da su rane tradicije istraživanja komunikacije bile usmjerene na medije kao instrumente manipulacije ili na nadu da će postati agencije socijalne integracije. Znanstvenici obiju tradicija koristili su se 'potkožnom iglom‘, modelom medijskih efekata, kojim bi mediji mogli 'ubrizgati' nove informacije i stavove pojedinim građanima na isti način kao što liječnik može ubrizgati serum pacijentu.

WILBUR LANG SHRAMM (1907-1987) -Bio je prvi znanstvenik na svijetu koji je nosio titulu profesora komunikacije.

SHRAMMOV MODEL KOMUNICIRANJA -Njegov model je derivacija modela prijenosa komunikacije Shannon-Weaver

POLJE ISKUSTVA -Iskustva – uvjerenja pojedinca, vrijednosti, iskustva i naučena značenja kao pojedinca ili dio grupe -Poruka može biti zakomplicirana različitim značenjima naučenih od strane različitih ljudi. Značenja mogu biti izričita ili konotacijska. -Izričita značenja su zajednička ili rječnik značenja i otprilike su ista za većinu ljudi. Konotacijska značenja su emocionalne ili evaluacijska i na temelju se na osobnom iskustvu. -Poruka također može imati neka latentna značenja i može naići na smetnje u komunikacijskom kanal -prijenos poruke ovisi o svim tim faktorima

PAUL FELIX LAZARSFELD (1901-1976) - Bio je na čelu skupine istraživača od kojih je administracija Franklina Roosvelta naručila istraživanje utjecaja medija na glasače, odnosno koliko mediji utječu na njihovu odluku za kojeg predsjedničkog kandidata glasati. Opsežno istraživanje provedeno je u Erie County, u Ohio; dobiveni su zapanjujući rezultati: ni radio ni tisak nisu imali značajniji utjecaj na birače kao što se pretpostavljalo. Početna hipoteza da svi dobivaju istu količinu informacija također je opovrgnuta. Ispostavilo se da su neki ljudi informiraniji od drugih. Neki članovi javnosti više su izloženi medijima, imaju brojnije i raznovrsnije društvene mreže, i oni se percipiraju kao utjecajni. Također, odgovor na medijske poruke je pod utjecajem društvenih odnosa.

-Proces protoka informacija od masovnih medija na osobe koje služe kao lideri, a zatim u javnost nazvan two-step flow communication -Istraživanje People’s Choise 1944. objavljeno je kao istoimena knjiga (Lazarsfeld, Bernard Berelson i Hazel Gaudet), ovim istraživanjem postavili su prve osnove funkcionalističkog pristupa proučavanju odnosa masovne komunikacije i društva.

1948. prvi su put izdvojili funkcije medija u društvu: 1. mediji povećavaju ugled i autoritet pojedinaca ili skupina time što legitimiraju njihov status (status conferral function); 2. pojačavaju socijalne norme (ethicizing function), a u nekim uvjetima djeluju i tako što 3. mogu izazvati nesudjelovanje i pasivnost (narcotization)

-Uslijedila je još jedna glasovita studija, istraživanje u Decaturu (Illinois) kojim je Lazarsfeld tražio daljnje razumijevanje two-step flow communication u kojoj se ideje i informacije iz medija šalju liderima javnog mnijenja (opinion leaders) i zatim njihovim sljedbenicima kroz interpersonalne, međuljudske mreže.Rezultati studije objavljeni su u knjizi Personal Influence (1955), koju je Lazarsfeld napisao s Elihu Katzom.. Rezultati su ilustrirali važnost medijski stimulirane međuljudske komunikacije između lidera javnog mnijenja i njihovih sljedbenika kao što su potrošačke odluke o filmovima, modi, itd. -Jedna ozbiljna pogreška koju je Lazarsfeld percipirao u ovoj teoriji je "inherentna subjektivnost“, istraživačka metoda korištena za lociranje “ lidera javnog mnijenja“.

Budući je svaka osoba u slučajnom uzorku mogu govoriti samo za sebe, lidere su morali samooznačiti, odnosno takvima su označeni na temelju vlastitih odgovora. Ispitanici su upitani jesu li ili nisu bili nositelji ideja i mišljenja, što je bio subjektivan pristup.

Svaki odgovor na pitanje: "Smatrate li se vođom?" sadrži sukob uloge i statusa ispitanika

Ova pogreška bila je važan čimbenik u kvaliteti teorije, i konstantna značajka čak i u studijama koje su razvili nakon two-step flow teorije.

Bez obzira na tu pogrešku pristup Lazarsfelda i Katza i je još uvijek u uporabi, ali se koriste poboljšane tehnike, kao što su: (metoda rangiranja informatora) i The self-designating method (Metoda samooznačavanja). -The informants' rating method: umjesto korištenja slučajnog uzorka, metoda koristi ključne članove grupe, koji su prethodno bili identificirani kao takvi, kako bi se njihove točke gledišta o tome tko je u zajednici utjecajan u smislu mišljenja vodstva. Iako je ova metoda vrlo točna i ekonomičan, prethodi joj naporna izrada prethodne baze podataka kako bi se odabrali "ključni informatori". Stoga je metoda pogodna samo za relativno male skupine. -Metoda samooznačavanja: temelji se na dihotomiji izvorne metode koju je koristio Lazarsfeld - od ispitanika se traži da se klasificira kao vođa mišljenje ili sljedbenik vođe.

- Lazarsfeld je koristio dva pitanja koriste u ovoj vrsti istraživanja su: 1. "Jeste li nedavno pokušali uvjeriti nekoga u vaše političke ideje?" 2. "Je li vas netko nedavno pitao za savjet o političkim pitanjima?"

Glavna ostavština Lazarsfelda je metodologija istraživanja (fokus-grupe, panel ankete, tehnika analize baza), posebno razlikovanje kvantitativnih i kvalitativnih istraživanja.

Lazarsfeld-Merton - Ističu 3 funkcije medija koje su donijele nekim novinama slavu: 1. Suglasnost (usklađenost)-konformizam. 2. status conferral-potvrđivanje statusa 3. Narcotizing- redovito praćenje medija i vijesti može imati efekt na ljude da se ne žele miješati u politiku. To se može dogoditi zbog previše zabave u medijima i zbog mišljenja da je dobar građanin onaj koji je informiran, a ne onaj koji politički djeluje

Mediji ne samo da održavaju status quo u društvu, oni i propuštajju spomenuti alternativne načine mišljenja i ponašanja.

Ovo conferring status objašnjava da se pretvorilo u agenda stetting, samo što se kod agenda settinga odnosi na ideje i probleme, kao i na osobe.

Uvjeti prema Lazersfeldu i Mertonu pod kojima kampanja masovnih medija može biti uspješna: 1. Monopolizacija. 2. Kanalizacija. 3. nadopunjavanje (nadomještanje)

Lazarfeldova mapa - Proučavao je kako istraživanja komunikacije mogu doprinijeti socijalnoj psihologiji i obrnuto. koordinate mape: 1. aspekti medija kojeg se proučava, recimo radijska emisija ili članak u novinama, vrsta (npr. sapunica), organizacijska struktura medija ili tehnologije. 2. priroda odaziva , bilo neposrednog, kratkoročnog, dugoročnog ili intitucionaliziranog.

Masovni mediji mogu utjecati na znanje, stavove, mišljenja i ponašanje pojedinaca. Ti efekti mogu biti izravni ili s odgodom, kratkog trajanja ili dugoročni. Efekti nad pojedincima mogu se polako transformirati u institucionalne promjene.

Zaključio je da masovni mediji nastoje održati status quo u društvu, više nego poticati promjene u državnim institucijama.

HAROLD LASWELL (1902-1978) - Završio je politologiju na Sveučilištu u Chicagu. -Na početku karijere reputaciju je gradio kao teoretičar ponašanja preko psihoanalitičke studije Psihopatologija i politika. -Koristeći frojdovsku psihologiju za proučavanje politike, vjerovao je da će psihoanaliza političkih vođa otkriti značajna znanja o politici. Na primjer, znanje o djetinjstvu, seksualno iskustvo političkih vođa će otkriti zašto su neki radikali, a drugi konzervativci.

Teorija političke propagande - Propaganda je upravljanje kolektivnim stavovima manipulacijom pomoću značajnih simbola. Značajni simboli imaju izražajnu funkciju propagatora u javnom životu. Ideja o "kolektivnom stavu" nije nastala super-organski, extra-prirodnim načinom. Kolektivne pojave prečesto se tretiraju kao da su sasvim drugačije od pojedinačnih akcija. Antropolozi su uveli pojam uzorka kako bi odredili standardno jedinstvena ponašanja u određeno vrijeme i na određenom mjestu, a to je tražena namjera smisla te riječi. Kolektivni stavovi su podložni raznim načinima izmjenjivanja. Oni mogu biti razbijeni pod najezdom nasilnih zastrašivanja ili se raspasti pod gospodarskom prisilom. Njihov raspored i premještanje nastaje uglavnom poticanjem značajnih simbola, a tehnika korištenja tih značajnih simbola u takvu svrhu upravo je propaganda. Propaganda se mora razlikovati od obrazovanja. Slobodni smo primijeniti izraz propaganda i za stvaranje dispozicija ili stavova. Osoba koja se bavi propagandom vrlo je zabrinuta o tome kako se određene rješenja dočaravaju i shvaćaju. Propagande se mogu klasificirati na osnovi mnogih mogućih kriterija.

Neke su pod okriljem raznih organizacije kao što su kampanje protiv pušenja te su određene i s ograničenim ciljem; druge provode razne organizacije, kao i većina građanskih udruga, koje imaju prilično općenitu i difuznu svrhu.

Njihov cilj može biti revolucionaran ili kontrarevolucionaran, reformističke ili protu-reformistički, ovisno o tome da li je uključeno i brisanje institucionalnih promjena. Propaganda može biti pod okriljem organizacija koje se oslanjaju gotovo isključivo na nju ili ju koriste kao pomoć za provođenje nekoliko sredstava društvene kontrole. Neke propagande su u osnovi privremene ili relativno trajne. Neke propagande su namijenjene korištenju unutar grupe, u smislu da one postoje za konsolidaciju postojećeg stava. Postoje propagande koje su rađene od strane onih koji se nadaju opipljivom dobitku od njih, drugi se zadovoljavaju s udaljenom, nematerijalnom,i prilično nepreciznom dobiti. Neke su pokrenute od strane ljudi kojima je to životni posao,a druge su obrađene od strane amatera. Neke ovise o središnjici ili kosturu osoblja, a ostale su široko rasprostranjene poput katoličkih udruga.

Jedna grupa propaganda može napredovati u tajnosti, a druge mogu izazvati publicitet. Neke propagande postoje kako bi se stvorilo mišljenje o određenoj osobi, druge prema skupini, politici ili instituciji, prema načinu osobnog sudjelovanja itd.

Nijedna se propaganda ne uklapa čvrsto u svoju kategoriju.

Ako ocjenjujemo stanje strategija propagande u kulturalnom smislu, možemo reći da one uključuju prezentaciju objekta u kulturi na takav način da se određeni kulturni stavovi organiziraju prema njoj.

Želja propagandista je pojačati stavove povoljne svojoj svrsi, preokrenuti stavove neprijateljski raspoložene prema njemu, i privući ravnodušne, te ih u najgorem slučaju spriječiti uzimanju negativnog mišljenja prema njima.

Objekt, prema kojem se propagandist nada da će izazvati neprijateljstvo, mora biti predstavljen kao prijetnja mnogim od tih vrijednosti u što većoj količini.

Postoje obrasci ispravnog i krivog, a objekt mora biti prikazan bespotrebno i smiješno.Ako je plan izvlačenje pozitivnih stavova prema objektu, ona mora biti predstavljen, ne kao prijetnja i opstrukcija, niti kao prezira ili apsurdno, već kao zaštitnik naše vrijednosti, model vrline i ispravnosti. Objekti propagande moraju biti izabrani s izuzetnom pažnjom.

Primarni objekti se obično poprilično razlikuju. Tako ratna propaganda uključuje

neprijatelje, saveznike, i neutralne. Ona uključuje vođe s obje strane i podršku određenih politika i institucija. Ona podrazumijeva kontrolu stavova prema različitim oblicima sudjelovanja, regrutacije i težak napor. Ratne propagande tako moraju sadržavati socijalnu revoluciju kao objekt neprijateljstva i sve propagande moraju biti koncipirane s dovoljnim opsegom moći da u svome okrilju drži te objekte.

Strategija propagande koja je formulirana u kulturnom smislu, može lako biti opisana na jeziku podražaja i odgovora. Može se reći da se propagandist bavi razmnožavanjem tih stimulansa koji su najbolje predodređeni za izazivanje željene reakcije, te sa poništenjem onih stimulansa koji bi vjerojatno potaknuli neželjene reakcije. Stavljajući istu stvar u termine socijalne sugestije, zadatak propagandista je pomnožiti sve prijedloge povoljne za stavove koje on želi proizvesti i osnažiti, te istodobno ograničiti sve prijedloge koji su nepovoljni za njega i njegovu kompaniju.

U tom smislu sugestija se ne koristi na isti način kao u individualnoj psihologiji, gdje ona znači prihvaćanje ideje bez refleksije,već se tu ona odnosi na kulturni materijal s prepoznatljivim značenjima. Propaganda je rasla do prolazne važnosti u prošlosti svaki put kada bi socijalni sustavi temeljeni na sankcijama antike bili razbijeni od strane tiranina. Stalno-prisutnoj funkciji propagande u modernom životu u velikoj se mjeri može pripisati zasluga društvene dezorganizacije koju je ubrzao rapidni dolazak tehnoloških promjena. Bezličnost je pridonijela povećanju osobne lojalnosti vođi. Pismenost i fizički kanali komunikacije ubrzali su vezu između onih koji vladaju i onih kojima se vlada. Konvencije su se pojavile što je bilo od korist za ventilaciju mišljenja i uzimanje glasova.

Većina onoga što se nekad moralo učiniti nasiljem i zastrašivanjem sada može biti učinjeno argumentima i uvjeravanjem.

Demokracija je proglasila diktaturu raspravljanja,a tehnika diktiranja dana diktatoru naziva se propaganda.

KURT LEWIN (1890-1974) -Lewin je otac socijalne psihologije; prvi je provodio istraživanja ljudskog ponašanja u društvenom konteks -II. svjetski rat zainteresirao ga je za istraživanja o ratu i njegovim ishodima - istraživanja grupne dinamike, teorija polja i akcijska istraživanja -Eksperimentima istraživao razlike u moći uvjeravanja publike u različitima uvjetima skupine

GATEKEEPING TEORIJA -Kurt Lewin je prvi koristio izraz "gatekeeping", za opisivanje supruge ili majke kao osobe koja odlučuje koje će namirnice završiti na obiteljskom stolu (Frontiers in Group Dynamics, 1947). -Gatekeeper je osoba koja odlučuje što će proći kroz svaka vrata, kojih, u bilo kojem procesu, postoji nekoliko. -Iako je ovu teoriju izvorno primijenio na lancu hrane, Lewin je zatim dodao da gatekeeping proces može uključivati posredovanje vijesti kroz komunikacijske kanale u grupi. -To je točka od koje većina gatekeeping studija u komunikologiji pokrenuta. -David Manning White preuzeo je 1950. pojam gatekeeper i primijenio ga na novinarstvo od kada se vezuje isključivo za njega (The 'Gatekeeper': A Case Study In the Selection of News, 1964.) -Gatekeeper odlučuje koje će informacije ući u proces obrade i biti objavljene, a koje neće. Drugim riječima, gatekeeper u društvenom sustavu odlučuje koji je od pojedinih proizvoda - materijala, roba i informacija - mogu ući u sustav. -Gatekeeperi su u mogućnosti kontrolirati javnosti poznavanje stvarnih događaja, dopuštajući neke priče proći kroz sustav, ali i onemogućavajući druge. To mogu biti i institucije ili organizacije, primjerice u političkom sustavu.

-Pokazalo se da gatekeeperi u medijima odlučuju na principima vijest vrijednosti, organizacijskih rutina, ulaznih struktura, etike i zdravog razuma.

CARL IVER HOLAND (1912-1961) - Glavni mu je zadatak bio da provodi pokuse koji bi ispitali učinkovitost vojne obuke i informativnih programa koji su namijenjeni da utječu na motivaciju pripadnika američkih oružanih snaga.

-Jedan od najčešće navođenih pionirskih pokusa na promijeni mišljenja je Hovlandovo ispitivanje učinaka jednostranog u odnosu na dvostrano predstavljanje kontroverznih pitanja.

-Rezultati su osporili tehnike totalitarnih propagandista, posebno u dokumentarnim filmovima, koji su tvrdili da će komunikacija koja predstavlja samo jednu stranu problema općenito biti uspješnija od one koji spominje argumente suprotnih strana.

-Nakon rata s članovima svog istraživačkog tima vratio se na Yale te nastavio istraživati čimbenike koji utječu na učinkovitost socijalne komunikacije.

Najpoznatije su studije one koje pojašnjavaju utjecaj na prestiž komunikatora i načine na koje efekti prestiža nestaju s vremenom.

-Na primjer, Hovland i njegovi suradnici pokazali su da kada uvjerljivu poruka predstavlja nepouzdan izvor, tendencija je publike da je odbaci, tako da se odmah nakon izlaganja poruke stav ne mijenja ili veoma malo, ali se nakon nekoliko tjedana u svijesti publike izvor više ne povezuje s tom porukom i pojavljuje se pozitivna promjena stava.

-15 godina su sustavno istraživali različite načine prezentiranja argumenata i osobnosti, i procese odlučivanja koji su dio procesa promjene ponašanja.

-Ovaj odgođeni ili učinak "spavača", pokazao je kako se jednom neprihvatljiv komunikator ponovno pojavljuje kao komunikator nekoliko tjedana kasnije podsjećajući publiku da joj je ranije predstavio uvjerljiv materijal.

Znači kako je taj pokus izgledao! - Efekt vjerodostojnosti izvora proučavao se tako da se ispitanicima predstavio isti sadržaj sa razlikom da ga je jednima predstavio izvor od visokog povjerenja, a drugima onaj niskog. Efekt izvora na činjeničnu informaciju i na mišljenje su se mjerili upitnicima prije, odmah nakon, i 4 tjedna nakon predstavljanja sadržaja.

-Izravna reakcija na „poštenje“ prezentacije i opravdanost zaključka izvučenog iz komunikacije je bila značajno pogođena i subjektovom osobnom pozicijom s obzirom na problem, ali i procjenom o pouzdanosti izvora. Nije pronađena nikakva razlika u količini činjeničnih informacija naučenih od strane izvora od visokog ili niskog povjerenja, i u niti jednom slučaju zadržana količina informacija nije se promijenila u razdoblju od 4 tjedna. Mišljenja su se promijenila odmah nakon komunikacije u smjeru koji je zagovarao izvor od visokog povjerenja puno više nego onaj niskog. Došlo je do opadanja slaganja subjekata sa stajalištima koje je komunikator iznio (nakon određenog vremenskog intervala), dok je zamijećen porast u slaganju kad je riječ o stavovima predstavljenim od strane nepouzdanih izvora. Zaboravljanje imena izvora je manje brzo među pojedincima koji su se inicijalno slagali sa nepouzdanim izvorom, nego među onima koji se nisu slagali. Efekt spavača, promjena u mišljenju nakon komunikacije može biti objašnjena pretpostavkom jednakog učenja sadržaja neovisno da li je bio predstavljen od strane pouzdanog ili nepouzdanog izvora, ali je zamijećeno početno opiranje prihvaćenju materijala predstavljenih od strane nepouzdanog izvora. Ako se taj otpor ka prihvaćanju zbog nepouzdanosti izvora smanji tokom vremena, dok sam sadržaj počne pružati temelje za formiranje mišljenja i sporije se zaboravlja od izvora tog sadržaja, doći će do povećanja nakon komunikacije u stopi slaganja sa nepouzdanim izvorom.

Why We Fight ( film) - Why We Fight je serija od 7 propagandnih filmova koje je izdala Vlada SAD-a za vrijeme II.svjetskog rata kako bi dokazala američkim vojnicima zašto je nužno ići u rat. Naknadno je prikazana i općenitoj američkoj publici kako bi im pokazali zašto je nužno da ih podrže. Većinu filmova režirao je Frank Capra.

"Prelude to War," je naziv I.filma koji prikazuje II. Svjetski rat kao borbu između „svijeta robova“ i „svijeta slobodnih“ (amerikanci). U prvom svijetu cijele nacije pod upravom su luđaka, oportunista koji iskorištavaju depresiju i slabost svoga naroda kako bi dobili moć. Obećavaju svojim narodima osvetu za prošle gubitke, i kroz neko vrijeme sve ih više uvjeravaju da njima prepuste svoja prava i pristanu na diktatorstvo. U „slobodnom svijetu“ glavna su načela slobode, ravnopravnosti i neovisnosti što i očitava najveće vođe, ujedinjene u djela i riječi Washington-a, Jefferson-a i Lincoln-a. Film nameće mišljenje kako je glavni cilj američkih suparnika istrijebiti postojanje „svijeta slobodnih“.

Bilješke - narator postavlja pitanje što je sve velesile natjeralo na ratove, govori kako postoje dva svijet; svijet slobode i svijet ropstva. Svijet slobode svijet je kojem svi teže i kakav je obećan u svim svjetskim religijama. (nabraja Krista, Mojsija, Budhu i sl.) Onaj drugi nitko ne želi.

- prikazuje Italiju (fašisti), Njemačku (nacisti) i Japan kao RATNE IMPERIJALISTE

- „Stop thinking and follow me, I will concurn the world.“.....Hitler

- „Stop thinking and follow me, I will bring back the glory of Rome“.....Mussolini

- „Stop thinking and folloe your God emparor and japan will rule the world“.....Jamamoto

- njihovi vladari drže slobodne govore i posjeduju slobodne novine, svaki u potpunoj nadmoći nad propagandom. Baš sve informacije pod strogom su kontrolom vladajućih. Svi su oni imali prividne slobodne sudove kao i suce koje su cijelo vrijeme motrile vladajuće stranke.

- „Svaki put kad netsko spomene kulturu, ja posegnem za svojim revolverom!“

- od vladajućih samo je Bog jači...zato Bog mora nestati!!...zabranjuje se križ u crkvama i na javnim površinama.

- dok je Amerika demokratski idilična, u Njemačkoj se pale knjige i na izborima postoji samo jedna stranka,odnosno jedan vladar.

Orwell Rolls In His Grave -nezavisni dokumentarni film, u režiji Roberta Kane Pappas, -duboko uznemirujući podaci o tome kako su masovni mediji u SAD-u pod kontrolom tek nekoliko velikih korporacija. -Film govori kako ove velike korporacije imaju samo jedan cilj: dobiti još veću kontrolu i sasvim kontrolirati sustav koji prenosi vijesti. U tom su se smislu, veliki mediji uskladili s konzervativnom republikanskom političkom manjinom, te ju gurnuli u svoj sebični dnevni red kako bi preko njih stekli političku korist i graditi bogatstvo.

-umecu se isprekidani citati i fraze iz Orwellova romana 1984

ovaj film postavlja pitanja u koja mnogi ljudi već sumnjaju, a to su istinitosti prica popracenih zvukom i videom.

-Film je dobar prikaz o tome kako se američko društvo pretvorio u oligarhijski zastrašujuće razmjere.

- Orwell Rolls u grobu je prilično depresivan film te misle kako najbogatiji dio cine1/10 od 1% zemlje te se oni u kontroli najvećih korporacija,tu spadaju i izvršne i sudske grane vlasti i masovni mediji,a to su sve grane koje oblikuju naše poimanje pojmova slobode i demokracije.

Zašto se neke vijesti izbacuju? Zašto se neke vijesti ne izviješčuju uopće? Dokumentarac predstavlja dokaz da su 1980. i 2000. američki predsjednički izbori osvojeni od republikanaca, dobiveni prljavim trikovima i medijskom kontrolom. Film istražuje 1980. "listopad iznenađenja" kada taoce drže radi više od 400 dana u Iranu su bili zatočeni više tek nakon predsjedničkih izbora. Direktor Pappas predstavlja dokaz da su predstavnici iz kampanje Ronald Reagan se sastao s predstavnicima iz Irana kako bi se osiguralo da se taoci neće biti objavljen sve do nakon izbora. Taoci su pušteni na dan inauguracije Reagana. Nakon kongresnom komisija okrenuo leđa bilo optužbi nepravda, priča i skandala nije bio prijavljen dalje.

Film također prikazuje skandalozne situacije tijekom 2000 izbora koji su doveli do mnogih glasova nije izbrojiti ili pogrešno zbroju u Floridi. S ostatkom zemlje podijeljene, Florida je postala središnji države u kojoj predsjednički izbori će biti odlučeno. Izbor između George W. Bush i Al Gore je bio tako blizu na Floridi, da je Florida State Vrhovni sud naredio ponovno prebrojavanje priručnik svih glasačkih listića bi se utvrdio pobjednik. Američki Vrhovni sud, međutim, zaustavio je prepričavati, kada je to izgledalo Gore može pobijediti. Film sugerira da je Bush "ukrao" izborni i medijski bitno iznad ovog političkog manevriranja.

Orwell Rolls u grobu je acerbic politički film. To je veza u velikim medijima s politikom i posebno ciljeve Republikanske stranke i neokonzervativnom (čujemo neokonzervativce) pokreta. Tvorci filma danas puno dokaza povezivanje politike i velikih medijskih korporacija, ali je objašnjenja više od nekih drugih pitanja koja svibanj imati je napravio više uravnotežen izvješće. Na primjer, 1980 "listopad Iznenađenje" dobio puno pritisnite 6 godina kasnije, kada je javnost saznaje da je Reaganova administracija zapravo učinilo oružja s iranske vlade za puštanje talaca - onda gledati novac to napravio tijekom ove ilegalne prodaje i poslala ga pobunjenike u Nikaragvi. Ovaj skandal je postalo poznato kao Iran-Contra afera i rezultat izvješća i kongresnom ročišta su vijest za gotovo dvije godine.

Film također daje samo Bacimo li pogled pozivanje na Clintonove administracije odobrenje medija deregulacije. Zakona o telekomunikacijama iz 1996 bio je prvi veliki korak prema omogućujući medija konsolidacije. Demokrati nisu nevini u medijima dopušta konsolidaciju.

Međutim, gledajući mimo političke uvijanje filma, to ne predstavlja mnoge snažne ideje o tome kako mediji se promijenila i oblikovani da stane u sa dnevnog reda velikih korporacija. Mnogo puta tijekom filma, pokazuje Big Ten medijskih kuća kao što je prikazano The Nation online. Razgovori sa Centrom za javno Integritet osnivač Charles Lewis, University of Illinois at Urbana-Champaign profesor Robert McChesney, New York University, profesor Mark Crispin Miller (na slici desno), i Vermont kongresnik Bernie Sanders i mnoge druge zanimljive dodati perspektive o stvaranju od medijskog carstva.

U osnovi, oni koji su vlasnici medija odlučuje što dobiva predstavio i prijavljen. Dva glavna primjera su Ruperta Murdocha News Corporation i Mays "Clear Channel Communications. News Corp, vlasnik Fox Television, Fox News, DirecTV i drugi neskriveno gura svoje pro-republikanac, pro-rata, desničarski dnevni red. Clear Channel, u vlasništvu Mays obitelj iz San Antonio, Texas, ima bliske veze s predsjednikom George Bush još od dana kao guverner Teksasa. Clear Channel posjeduje 1.200 radijskih postaja, 36 televizijskih postaja, a Clear Channel Music Group koja upravlja 70 posto prihoda koncerta ulaznica u SAD-u dokumentarni film predstavlja dokaz da su obje organizacije učiniti sve što mogu gurati svoje političke programe. Budući da vlasnik medija kontroliraju ono vijest hitova airwaves je jednostavno. Na primjer, film navodi da je News Corp je bila prva organizacija objaviti George Bush kao pobjednik izbora 2000, a vijesti najviše pro-rata u Iraku organizacije. On također primjećuje da Clear Channel prestao igrati pjesme Dixie Chicks koji je napravio izjave kritizirao Bushove administracije.

Film uključuje video glumca Tima Robbinsa 'govor na Nacionalnom pres klubu u Washingtonu, DC u travnju 2003. Robbins je govorio o politici Clear Channel. "Poznati srednjih godina rock-and-valjak me zvali prošli tjedan da mi zahvaliti za govore protiv rata, samo da ide na mene reći da nije mogao sam govoriti jer je strah od posljedica Clear Channel. 'Oni promiču našu koncert nastupa ", rekao je on." Posjeduju većini stanica koje igraju našoj glazbi. ja ne mogu izaći protiv ovog rata. "

"Chill vjetar puše u ovoj zemlji", rekao je Robbins (slika lijevo). "Poruka se šalje putem Bijele kuće i njenih saveznika u razgovor radio i Clear Channel... Ako se protive ove administracije, može i da će biti posljedice."

(Iako se ne raspravlja, film daje racionalnost na nedavni potez Clear Channel u travnju 2004 trajno se anti-Bush radio osobnost Howard Stern od svojih postaja. Tvrtka, rekao je njegov razlog je novčanom kaznom od federalna komisija za komunikacije za nepristojnost. Stern sadržaji koji republikanac kontrolom FCC ga želi od zraka zbog svoje političke stavove.)

Orwell Rolls u grobu je dobro učinio film koji prikazuje orvelovski pojmove "doublespeak", "veliki brat" i "beskonačan rat" u suvremenom kontekstu. Ironično, njegova poruka korporativnih medija kontrole i gubitak slobode govora u Americi nikada neće dobiti bilo izlaganje. Film je kritičan prema samom tvrtki potrebno za učinkovitu raspodjelu. Politika i teorije zavjere na stranu, film čini snažan slučaj protiv konsolidacije medijskih kuća. Na kraju, film polarizuje Sjedinjenih Država u "nas" i "njih" - ". Korporativne elite" to je "javnost" u odnosu na Javnost konačno može naučiti od ove točke gledišta, ali jedno je sigurno. To nikada neće biti iskazane u medijima.

Kao što je Mark Miller objašnjava Crispin u filmu, pojedinci mogu dobiti naslovnice i posebne tvrtke mogu se istraživati u novinama i TV, ali sustav nikada neće biti pomno. Veliki mediji nikad neće priznati da ima utjecaj na naš svijet i korporacije mogu dopustiti emitiranja za dijelove istine, ali cijela istina nikad neće dobiti emitirati.

Noam Chomsky: Mediji, propaganda i sistem Chomsky identificira pet filtera kroz koje vijest, da bi to uopće postala, mora proći: a) filter korporativnog vlasništva nad medijima, b) filter reklamiranja i medijskog oglašavanja, c) filter “stručnih” izvora koji pružaju samo “prave informacije”, d) filter privilegiranih demanata i filter autocenzure ili pragmatičnoga usvajanja službenoga diskursa.

\* kontrolu ne proizvodi samo država koja predstavlja tek jedan segmet u kompleksu moći. Kontrolu nad bitnim aspektima socijalne politike u kapitalističkoj demokraciji ima privatna moć( kontrolira i ekonomsku politiku). Nevidljivo prisutstvo korporacija u samoj strukturi “nužnih iluzija”. Ideološki i kulturni menadžeri pažljivo definiraju različite strategije oblikovanja mišljenja, pri čemu elite imaju monopol nad tržištem ideja, oblikujući tako cjelokupnu percepciju političke realnosti.

\*Glavnu ciljnu grupu predstavlja “neobrazovana masa”, većina stanovništva. Ona se mora – kako glasi jedna popularna menadžerska floskula – neutralizirati pomoću “emocionalno potentnih simplifikacija”. (idealna društvena jedinka pojedinac zaokupljen nečim bez sadržaja – ideološkom konotacijom ga snabdijevaju televizija i obrazovni sustav, kroz neprestani trening za poslušnost i potrošnju). Mediji imaju presudnu ulogu u sustavu indoktrinacije, zajedno s obrazovnim ustanovama, sveučilištima i koledžima, već od vrtića.

\*Alternativni izvori informacija vrlo važni u današnjemu svijetu- vlada nekoliko korporacija i u kojemu mediji, uglavnom, pripadaju određenome lancu. (Slika stvarnosti vrlo često u suprotnosti sa stvarnim problemima i teškoćama. Probleme malih ljudi mainstream mediji redovito izostavljaju, ili spominju besmislene stvari vezane uz njihove vlade i gospodare. U takvoj situaciji alternativni izvori neophodni za saznavanje prave slike svijeta i realnih problema.

\*Jedan od alternativnih izvora informacija predstavljaju i kompjutorske mreže, koje Chomsky naziva “elitnom privilegijom”. Mnogi pokreti i mnoge grupe posjeduju vlastite knjižnice, arhive, dokumentacijske centre koji sadrže građu koju je u mainstream tisku nemoguće pronaći. “Izvora je mnogo, samo trebate držati oči otvorenima”, kaže Chomsky.

\*Stvarni masovni mediji žele odvratiti pozornost ljudi. Neka rade nešto drugo, ali neka nama (vodećim ljudima) ne smetaju. Zabavljaju mase profesionalnim sportovima, seks skandalima ili poznatim osobama i njihovim problemima... bilo čime, samo da nije ozbiljno.

\*elitni mediji-oni koji određuju program rada....New York Times i CBS, na primjer. Kao prvo, svi oni su velike, vrlo probitačne korporacije. Većina povezana ili je izravno u vlasništvu puno većih korporacija- General Electric ili Westinghouse. (vrh moći privatne ekonomije) Korporacije su u biti tiranije, hijerarhijske, kontrolirane odozgo! Komerc. mediji su samo jedan dio toga sustava.

\*Pošto su mediji znanstveni sustavi oni blisko surađuju sa sveučilištima. Sveučilišta nisu nezavisne ustanove. Iako u njima postoje nezavisni ljudi, institucija kao takva je parazit. (ovisna o vanjskim izvorima pomoći- privatno bogatstvo,velike korporacije i vlada (koja je toliko povezana s korporacijskom moći da ih je teško razlikovati).

\* Ljudi unutar njih koji se ne prilagode strukturi, koji je ne prihvate i ne usvoje, ljudi koji to ne čine će vjerojatno biti iskorijenjeni usput, počevši s vrtićem pa nadalje.Postoji puno vrsta sredstava filtriranja pomoću kojih se rješavaju ljudi koji predstavljaju problem i koji misle za sebe.

\*Akademski obrazovani znaju da je obrazovni sustav dobro opremljen za nagrađujući konformizam i pokornost. ( obrazovni sustav je jedan od tih sredstava filtriranja pomoću kojega na vidjelo izađu svi koji predstavljaju problem, a ostaju oni koji iskreno apsorbiraju okvir mišljenja i stavova struktura moći u društvu koje ih okružuje.)

To je socijalizacijska uloga elitnih institucija i ako se tome ne prilagodite, najčešće ste vani.

Masovna populacija su “neobrazovani i dosadni nestručnjaci”. Moramo ih držati izvan javne sredine zato što su preglupi i ako ih uključimo samo će stvarati neprilike. Njihov posao je da budu “promatrači”, ne “sudionici”.

Osnovna premisa vanjske politike SAD-a je da se put do sigurnosti nalazi u ekspanziji. Drugim riječima – ako sve ne kontrolirate, niste sigurni.

The Nature of Communication between Humans (WILBUR SCHRAMM) - Glavnina znanja povezanih uz komunikaciju nastala u zadnjih 18godina. Svaka disciplina koje se bavi ljudskim društvom i ljudskim ponašanjem mora se baviti komunikacijom. Studentima komunikologije to pomalo zadaje probleme jer se njihova literatura sastoji od zaključaka znanstvenika različitih sfera znanosti,a ne samo komunikologa. Nužna je kombinacija i međusobno ratzumijevanje psiholoških i socijalnih modela komunikacije.

PROCES I UČINCI MASOVNE KOMUNIKACIJE • „How comunication works“ – prvi opće esej o dijeljenju informacija i protiv propagande 1950ih...najveca promjena nastala od tad je svijest o tome da publika nije pasivna, već je ravnopravan komunikator i snjom je tesko manipulirati

• Prije bilo vjerovanje da masovni mediji lako mogu kontrolirati i mijenjati mišljenje publike te je zbog negativnih komunikacija koje je to za sobom ostavilo došlo do nepovjerenja u medije, ogorčenosti prema propagandi i brojnim tužbama.

• Bullet theory of communication – čarobni metak koji prenosi ideje i osjećaje ili znanja ili motivacije gotovo automatski iz jednog uma u drugi (--Columbia Encyclopedia definira komunikaciju kao „prijenos misli“, ali poruke su te, ne ideje ili misli, koje se prenose od komunikatora prema primatelju )

-ugl s pričom o magičnom metku je sve počelo za vrijeme propagande u prvom svjetskom ratu, a kasnije i komunističke i nacističke propagande. U to doba publika se smatrala kao meta i ako bi ju komunikator mogao pogoditi, on bi utjecao na nju. To je postalo pogotovo zastrašujuće zbog nepreglednog dosega medija. Zato se za komunikaciju govorilo da je poput magičnog metka koji prenosi misli iz jednog uma u drugi. U ranim proučavanjima komunikacije publika se smatrala pasivnom i ranjivom pa su se tako informacije mogle „upucati“ ili „ubrizgati“ u pojedince. Kasnije se došlo do zaključka da ipak ne padaju svi pod jednak utjecaj komunikacije, različite osobe različito reagiraju i tako je nastala teorija kategorije.

• Teorija kategorije – na njoj zahvalni prvenstveno oglašivaći,razlika između različitih potrošaća. To dovelo do zaključka kako je osobna komunikacija zaslužna za najveći dio socijalne kontrole. Na različite ljude komunikacija različito utječe, te tako nisu ni svi pasivni, već su neki aktivni i razmišljaju svojom glavom ili pružaju otpor. Raymond Bauer je takvu publiku nazvao „tvrdoglava publika“

• „Tvrdoglava publika“ – Raymond Bauer

-prvi veliki korak u objašnjavanju zašto različiti ljudi reagiraju toliko različito na istu komunikaciju je poduzet kada su sociolozi razvili nešto što se zove teorija kategorije. Za to se može zahvaliti oglašivačima zbog potrebe da se izmjere publike. Postalo je brzo uočljivo da većina visokoobrazovanih ljudi ima drukčije ukuse od onih s manjom razinom obrazovanja, kao i stariji od mlađih, ženska od muška populacije, ljudi iz gradova od ljudi sa sela, siromašni od bogatih, i tako dalje. Što je teorija postajala vještijom, uvidjelo se da će ljudi koji posjeduju različite skupine stavova ili vjerovanja izabrati drukčije i drukčije će reagirati od onih koji posjeduju neke druge skupine. Kako se teorija pažljivije pregledavala, postajalo je očito da grupe kojima su ljudi pripadali imaju veze s njihovim komunikacijskim navikama, i njihovo članstvo određenoj grupi je dovelo do toga da odlučuju i reagiraju na poruku na takav način da brane uobičajene norme grupe koju vrednuju. Veliki udio interpersonalne komunikacije je umješan u promjenu bilo koje vrste.

-danas je potrebno razmišljati o komunikacijskom procesu kao o dva različita djelovanja – onom koji izvodi komunikator, i onom primateljevom, za razliku od teorije o magičnom metku.

ŠTO JE TO KOMUNIKACIJA? - Svaki komunikacijski odnos uključuje tri elementa i dvije vrste djelovanja. Elementi su mu komunikator, poruke, i prijemnik... U komunikaciji nema ništa magično, to je nešto što mi jednostavno radimo, ona ne postoji sama za sebe. U poruci nema smisla osim onog koji ljudi u nju stave.

ŠTO KOMUNIKACIJA ČINI? - U osnovi komunikacija ostaje instrument ljudskih odnosa, izvanredan uređaj koji

omogućava organizmima da žive i rade i igraju se zajedno, a također, na žalost

ponekad služi grupama da se kvare i društavima da sama sebe unište.

KAKO ONA FUNKCIONIRA? - U osnovi komunikacijski proces se sastoji od obrada informacija u organizaciji

oko zajedničke orijentacije na određene znakove. Obično to zahtijeva dva ili više sudionika, • Svaki komunikacijski put dijeli se ili na povratnu informaciju ili buku\* • Mogućnost čovjeka da svoju komunuikaciju prenosi kroz prostor i vrijeme jedan je od temeljnih oblika razlike između ljudske i životinjske komunikacije. •Različite vrste znakova koriste se u različitim situacijama... pravopisni znakovi u pismu, izgovorene riječi i geste u lice-u-lice ,itd. •Naš odgoj i moralni aspekti u kojima smo odrasli i živimo utječu na to kako reagiramo na određenu komunikaciju i učestalo je provjeravanje ispravnog razmišljanja sa ostatkom grupe. • U svakom društvu postoje stavri koje se mogu i koje se nemogu raditi. •Određena riječ ima neko značenje samo ako mi znamo njen smisao. Također mnoge se otkriva iz tona glasa dok se nešto govori,mimike,gestike,brzine govora,itd. •Poruka ima svoju dimenziju u vremenu i prostoru,ima svoju ravotežu kao i težinu i značenje

OBRASCI FUNKCIJE I PROCESA - Postoje četiri glavne vrste komunikacije - informativne, obrazovne, uvjerljive i

zabavne - svaka zahtijeva neznatno različite obrasce obrade informacija. Komunikacija kao da ima tajni ugovor koji svi znaju,tajni način ponašanja koji se mora poštivati, no ipak niosu svi jednako dobri u toj komunikaciji.

PROCES INFORMIRANJA - Proces informacijske komunikacije zahtjeva 4 koraka,odnsosno mora proći 4 prepreke: 1.)moraju privući pažnju 2.)moraju biti prihvaćene 3.)moraju biti protumačene onako kako to komunikator želi i 4.) pohranjene za kasniju upotrebu

Selekcija, odnosno prihvaćenost informacija slučajna je ili impulzivna, a ne racionalna iako se neke navike ipak razvijaju iz dugogodišnjeg iskustva te će zbog toga određeni pojedinac gotovo uvijek izabrati određenu vrstu komunikacije

KAKO KOMUNIKACIJA DJELUJE U PROCESU I UČINCIMA MASOVNE KOM? - Mnogi urednici vijesti, oglašivaći i dr.stručni komunikatori pokušavaju pojačati snagu poruke pozivajući se na potrebe i interese njihove ciljane publike(veliki naslovi, boje,slike...)

PROCES DAVANJA INSTRUKCIJA - Postoji razlika između proces komunikacije koja se koristi za nastavu i one koja se koristi za davanje informacija; potrebno je izgraditi neke osnovne orazovne aktivnosti koje pomažu savladavanju gradiva. Učenje je aktivna stvar, ona dolazi od prakticiranja odgovora, predavanja ili udžbenici sami nisu dovoljni. Sve više nastavnika je svjesno kako se dobro učenje zasniva na vještinama koje prakticiraju, problemima koje riješavaju i odgovorima koje traže. Pokušana predavanja preko TV-a – ipak mnogo bolja ona praktična , uživo

PROCES UVJERAVANJA - Kad je već od prije snažno utvrđeno područje, napadnuto direktno. Vrlo je veća mogučnost da se poruka odbije ili iskrivi.

John Milton – Aeropagitika - Njegovo najvažnije političko djelo (1638), ispirirano prijedlogom engleskog parlamenta o štampanju knjiga koji je ugrožavao slobodu govora. Djelo je pisano u skladu sa protestantskom doktrinom i osnovna ideja mu je da pojedinac ne može znati šta je dobro ako ne uvidi šta je zlo. Prema Miltonu, spriječavanje štampanja loših knjiga, ljudima će samo otežati shvaćanje koje su knjige dobre.

•Brojni zakoni postoje da nam skrenu pažnju na nesavršenosti.

•Sloboda je dokaz,ali i tekovina cijele njegove rasprave.

•Nužna „ljubav prema istini“.

•Po njemu knjige nisu sasvim mrtve stvari, one u sebi sadrže životnu snagu, djelotvornu i živu koliko i duša koja ih je stvorila.

•Tko ubija čovjeka – ubija razumno stvorenje,a tko ubija knjigu – ubija sam razum.

•Zabrana štampa nije ništa nego obični masakr,odnosno masovno ubojstvo.

•Cenzura – dobivena od najnekršćanskije i tiranskije inkvizicije. - nastala iz neodobravanja, a ne iz neznanja.

•Spominje citate iz Biblije – „Čitaj sve knjige koje ti pod ruku dođu, jer ti si sposoban i da pravilno prosudiš o njima i da ih protumačiš.“ i „Znanje nemože pokvariti nikoga, pa srodno tome ni knjiga, ako volja i savjest nisu već prije toga iskvareni.“

• Ako je točno da će mudar čovjek, kao dobar rudar, dobiti zlato i iz najjalovije rude, a da će budala ostati budala i uz najbolju knjigu, pa čak i bez nje, nema razloga da se lišava mudrog čovjeka bilo koje prednosti koju mu njegova mudrost pruža.

•Ako nam je cilj nadziranja štampe popravljanje navika i običaja ljudi, onda moramo nadzirati i sve ostalo što čovjek čini u svoje slobodno vrijeme.

•Grijeh se nemože ukloniti tako da jednostavno uklonimo sve ono što navodi na grijeh, no pretpostavimo li da na taj način i iskorijenimo grijeh, iskorijenili smo i vrlinu u istoj mjeri jer im je uzrok isti.

•Onaj koji odlučuje u cenzuri knjige moraju biti bolji,sposobniji, marljiviji i pravedniji od ostale populacije.

•No, u budućnosti Milton predviđa cenzore nasilnike, neznalice, podmitljivce i slabiće.

•Zbog svega toga najviše pate razumni ljudi.

•CENZURA SPRIJEČAVA UVOZ NAŠE NAJDRAGOCIJENIJE ROBE – ISTINE

•Pobijanje istine najbolji je i najsigurniji način sputavanja.

•Suzbiti se treba one koji bi da suzbijaju.

•Greške dobre vlade u istoj su mjeri pogubne kao greške loše vlade. Ipak, voljno i hitro ispravljanje učinjene greške dokaz je vrline lordova i poslanika Engleske, titula koje mogu posjedovati samo najveći ljudi – svoju raspravu upućuje upravo njima.

John Locke – O političkom ili građanskom društvu - •Locke smatra da je prvi tip društva društvo muškarca i žene, kojega slijedi drugo društvo roditelja i djece, te napokon društvo gospodara i sluge.

•U lancu ili hijerarhiji društva i došlo se, na temelju udruživanja prethodnih društava, i u političko društvo.

•Društvo muškarca i žena ili bračno društvo uređeno je ugovorom kao učinkom dviju slobodnih volja koje su se udružile slobodno radi ostvarenja svojih želja, motiva, interesa i smisla

•Društvo roditelja i djece temelji se na različitim pravima i vlasti roditeljskoj do stjecanja osobne slobode djece – punoljetnosti.

•Društvo gospodara i sluge je onog koje proizlazi iz različitih vlasničkih odnosa. I njihovi odnosi uređeni su ugovorom

•Slobodan čovjek stavlja se u položaj sluge u odnosu na gospodara prodajući mu na neko vrijeme službu/rad u zamjenu za najamninu uređenu ugovorom.

•Locke kaže kako najamnici koji imaju samo svoj rad da se u „takvom stanju ne mogu smatrati nekim dijelom građanskog društva, čiji je glavni cilj očuvanje vlasništva“ (str. 277.)

•Što je zapravo političko društvo? Ljudi se rađaju s prirodnim pravom na slobodu i „i nekontrolirano uživanje svih prava i privilegija prirodnoga zakona, čovjek po prirodi ima vlast ne samo da očuva i vlastito vlasništvo, tj. svoj život, slobodu i imovinu, od povreda i napada drugih ljudi već i da presudi i kazni prekršitelje tog zakona onako kako je uvjeren da prekršaj zaslužuje, pa čak i samom smrću za zločine kad, po njegovom mišljenju, grozota djela to zahtijeva“ (str.278.)

•Političko društvo ne može zapravo opstati bez vlasti koja treba očuvati vlasništvo, život i ostalo i kazni za prekršaje

•Ono postoji „jedino tamo gdje se svaki član društva odrekao ove prirodne vlasti i predao je u ruke zajednice u svim slučajevima kada može radi zaštite da se obrati zakonu koji je ona ustanovila“ (str.278.)

•Lako se može utvrditi tko jest, a tko nije pripadnik političkoga društva ili pripadnik prirodnog stanja

•Locke: „Oni koji su sjedinjeni u jednom tijelu i imaju zajednički ustanovljen zakon na koji se pozivaju i sudstvo s vlašću koja rješava sporove između njih i kažnjava prekršitelje, jesu u političkom društvu jedan s drugim; ali oni koji nemaju takvog zajedničkog prava apelacije, mislim na zemlji, još su u prirodnom stanju, i gdje nema drugog suca, svatko je sudac za sebe i izvršitelj, što predstavlja, kao što sam ranije pokazao, savršeno prirodno stanje“ (str.278.)

•Država donosi zakone što je vlast donošenja zakona, kažnjava povrede što je vlast rata i mira itd.

•Izvor zakonodavne i izvršne vlasti građanskog društva je „u donošenju zakona, izricanju presuda, kažnjavanju počinitelja, i uporabi sile kada je to potrebno“

•Ujedinjavanjem ljudi u društvo i odricanjem vlastite izvršne vlasti u korist zajednice, „jedino je tamo političko ili građansko društvo“ (str.279.)

•Ovaj proces izvodi ljudi iz prirodnoga stanja i uvodi u društveno, u «stanje države». Gdje postoje ljudi „ma kako da su udruženi» bez neke središnje vlasti kojoj bi se obratili, «ti ljudi su još u prirodnom stanju“ (str.279.)

•U državi vlada ima za cilj očuvanje vlasništva osobe i vlasništva kao takvog na temelju zakona. Građansko ili političko društvo temelji se na zakonu.

•Locke: „Nijedan čovjek u građanskom društvu ne može biti izuzet od njegovih zakona“ (str.283.)

•Ljudi su po prirodi slobodni, jednaki i nezavisni. Locke kaže da nitko ne „može biti lišen svoje imovine i počinjen političkoj vlasti drugoga bez vlastite suglasnosti“ (str. 283.)

•Jedini način lišavanja vlastite prirodne slobode i stavljanja u „okove građanskog društva predstavlja suglasje s drugim ljudima da se združe i ujedine u zajednicu kako bi ugodno, sigurno i miroljubivo živjeli zajedno sa sigurnošću uživali vlastitu imovinu i imali veću sigurnost od napada onih koji toj zajednici ne pripadaju“ (str.283.)

•Stvaranje neke zajednice kao rezultat udruživanja ljudi sastoji se u utemeljivanju tijela s vlašću kao jednog jedinstvenog tijela. Locke: „Jer, kada se izvjestan broj ljudi pojedinačno suglasi da stvore zajednicu, oni su time od ove zajednice napravili tijelo sa vlašću da djeluje kao jedno tijelo, samo voljom određene većine“ (str.283.)

•Ovo tijelo ide oni putem „kuda ga vodi veća sila, koju predstavlja suglasnost većine…“ (str.283.)

•Prijelaz iz prirodnog stanja u društveno podrazumijeva da su „svu vlast, nužnu za ciljeve zbog kojih se sjedinjuju u društvo, predali većini zajednice…“ (str.285.)

•No taj je prijelaz ili tranzicija sjedinjavanja u jedno političko tijelo počiva na ugovoru između pojedinaca koji su „stupili u državu ili je stvorili“ (str. 285.)

•Izvor i temelj početka i nastanka političkog društva je suglasnost pojedinaca, „slobodnih ljudi, pogodnih za stvaranje većine, da se ujedine i utjelove u takvo društvo. I to je ono, i samo ono što je dali ili može dati početak nekoj zakonitoj vladi u svijetu“ (str.285.)

•Politička društva nastala su iz dobrovoljnog saveza slobodnih ljudi i na temelju sporazuma, te slobodnog izbora njihovih vladara. Izvor i temelj vlada začetih u miru je suglasnost ljudi, tj. da su one „stvarne suglasnošću ljudi, onda može biti malo mjesta za sumnju o tome gdje je prvo ili kakvo je bilo mnijenje ili praksa ljudi u prvom uspostavljanju vlada“ (str.287.)

•Vladu u rukama jedne osobe Locke naziva izbornom monarhijom

•Bez obzira na tip vlade postoji obveza potčinjavanja vladi i zakonima neke zemlje

NOTES ON POLITICAL DEFINITION AND METHOD

(HAROLD D. LASSWEL)

3. Strategija sovjetske propagande

Nikome nije novost to da je sovjetska propaganda puna nedosljednosti, bez obzira da li na nju gledate kroz vrijeme ili u neko određeno vrijeme. Tako je u početku postojao strastveni stres koji bi buknuo na sam spomen svjetske revolucije i neizbježnog trijumfa komunizma naspram kapitalizma. Sve dok nam odjednom na Genovskoj konferenciji, Chicherin nije rekao za "miroljubivu suradnju dvaju društvenih sustava kroz određenu povijesnu epohu. "I otad traje šaranje između suradnje i rata do smrti. Dugi niz godina, socijalističke i liberalne stranake svijeta ocrnjivane su od strane ruskog vođe kao "Socijalni fašisti", sve dok se iznenada nije pojavila strašna prijetnja u nacističkoj Njemačkoj. A onda je "Ujedinjeni front protiv rata i fašizma" zauzeo sam vrh naplate. Ali ne za dugo! Pojavio se Pakt i tako je Staljin okusio malo način razmišljanja Fiihrer-a .Tada se pojavila njemačka ofenziva i time su neprijatni slogani za zapad potonuli u sjenu, a Staljin je ponovo bio vijest, spominjući Boga u povoljnom tonu glasa. Došao je kraj neprijateljstvu i početak nove epohe odvojenosti i mržnje. Sjedinjene Države sada dolaze na glas kao glavni vrag, uzimajući to mjesto nacistima. Ako igdje postoje postoje razlike, onda su one ponovno u Rusiji, odnosno njenoj propagandi. Mnogi od ključnih simbola i parole marksističkog nasljeđivanja zadržavaju se na ruskom području. Postoji li tumačenje dovoljno sposobno da shvati vijugavost ruske propagande? Pretpostavljam da postoji jedinstveni strateški cilj, povećati moć zemlje i vlastitih snaga u inozemstvu od strane vladajućih pojedinaca i skupina u Rusiji. Propaganda je instrumcnt totalne politike, zajedno s diplomacijom, ekonomskim dogovorima i oružanim snagama. Politička propaganda je ništa do upravljanja masovne komunikacije u svrhu očuvanja moći. Dugotrajno gledano, cilj je smanjiti materijalne troškove portrebne da se ta moć održi. Još točnije rečeno, cilj je smanjiti materijalni trošak potreban za dominaciju svijetom.

Što bi se dogodilo da je strateški cilj Rusije u potpunosti postignut? Nebi se dogodio opći rat, doista je upitno bi li se dogodile lokalne agresije korejanskog tipa. Nacija za nacijom padala ni u rusku orbitu preko samozadovoljstva, podijele i zastrašivanja. USA bi sve više usvajala politike koje bi slabjele njen ekonomski, politički i društveni status te bi tako sve više padala na drugo mjesto ljestvice svjetskih lidera. Savršen uspjeh ruske propagande omogućio bi nedostatak potreba za ekonomskim gubitkom kojeg čini rat, serije lokalnih agresija ili čak same pripreme za rat. Samo dio uspijeha upravo prikazanog može dovesti do ogromnog smanjenja materijalnih troškova potrebnih za Rusku dominaciju. Sve što smanjuje rat, bez kompromisnih riješenja, spašava ruske resorse. Možda je suvišno istaknuti da korištenje propagande kao instrumenta vlasti nije svojstveno samo ruskoj vladi. Sve vladajuće klase u većim zajednicama posežu za propagandom, ali ipak u ruskoj propagandi postoje osobitosti koje ih odvajaju od ostalih. Kontrast je osobito velik kada ih se uspoređuje sa američkom propagandom. Ruske vođe djeluju u uskoj, izrazito centriranoj državi, dok su američki vođe poprilično raspršeni preko vlade, ekonomije, obrazovanja i ostalih relativno neovisnih institucija. Ruska elita fokusirana je na moć i posjeduje tradiciju kalkuliranja moći u vlastitoj državi kao i u inozemstvu. U SAD-u vladajući elementi su mnogo manje svijesni snage kao prevladavajuće vrijednosti pošto su preokupirani brigom o bogatstvu, poštovanju i ostalim vrijednostima. Sam vrh ruskih vladara posjeduje doktrine i tradiciju, u kojoj je korištenje propagande čini poprilični dio u izvršenju ukupne politike.

Nitko se ne obazire na činjenicu kako se oduzimanje moći nastalo 1917. priređivalo godinama i raznim načinima djelovanja u kojima je svaki član revolucionarne stranke bio dužan posvetiti veći dio svoje okupacije smišljanju propagande. Bilo bi pogrešno, međutim, pretpostaviti da ruska elita ističe moć propagande kao izraz poštovanja prema ljudskom

umu, ili ulogi ideja kroz povijesti. Puno je točnije reći kako je tradicija ruskog vladanja u isključivanju ideja i djelovanja ljudskog uma; tako se strategija ruske propagande bazira na pesimističnom pogledu na sposobnost čovječanstva da se prosvjetli miroljubivim uvjeravanjem. Razmislite na trenutak o doktrinarnom okviru u kojem je propaganda nastala. Nepovjerenje u ideologiju „lako može biti izvedeno iz razočaranja nastolaog stalnim stavljanjem materijalnih faktora u centar cijele povijesti“ Marksistička baština tako je učinila veliki preokret u životima šefova ruskog socijalizma. Lenjin je bio samo previše svijestan toga da su u manjini. Njegova koncepcija revolucionarnog djelovanja odražava bespomoćnost koju je on osjećao prilikom dobivenog zadatka da osvoji rusku masu mirnim uvjeravanjem. On je jasno vidio ostatke ideološke strukture bivše vladavine i radništva. Inertnost, tvrdoglavost i glupost ruskog naroda s kojom se Lenjin borio u to vrijeme, učinak su ideološke prošlosti. No, ti gigantski ledenjaci su s vremenom smrznuti u formu "materijalne" snage te su one na raspolaganju starijoj eliti. A kako da se ti ideološki ostatci razbiju i otope? Ne uz pomoć uvjeravanja, zaključio je Lenjin. Samo preko čišćenja materijalne transformacije. No, kako su to spojili s korištenjem propagande?

Krivo je pretpostaviti kako je Lenjin riješio problem međusobnih materijalnih i ideoloških faktora, na način oslobođen kontradikcija ili u cijelosti u skladu sa znanstvenim

znanjima. Ali konspirativni aktivisti Rusije smislili su strategije i taktike koje nastavljaju utjecati na ruske vođe. Izrada propagande prvenstveno je "materijalna" aktivnost u smislu da ona ovisi o kontroli instrumenata proizvodnje, kao što su npr. izlasci časopisa, brošura i knjiga, a to sve ovisi o satima rada posvećenog obradi i distribuciji proizvoda. „Materijalno" u tom smislu je to da je moguće isključivo se koncentrirati na publiku koja zanima takav nezgodan materijal, i koji su zbog toga osjetljivi na programe koji diraju u njihov imovinski status. Broj takvih "ovisi o intenzitetu proturječnosti koji prevladava u određenom vremenu i na određenom mjestu. Ako su materijalni instrumenti te komunikacije vješto iskombinirani, vrlo mala koncentracija materijalnih faktora može preoblikovati ideje sve šireg agregata. Na kraju oni koji kontroliraju resurs tih proširenih materijala mogu oduzeti moć i kontrolu

silno obogaćenih sredstava za transformaciju masovne ideologije na ogromne razmjere.

Nakon što su radnici postigli nove ideološke perspektive, mogu se uvjeriti u to i ovjekovječiti ih pomoću korištenja materijalnih instrumenata komunikacije koji tada postaju dostupni. Ovo je pozadina odredbe koja se pojavljuje u članku 12, Ustava iz 1936. koji se odnosi na slobodu

komunikacije. Članak kaže kako su prava pojedinca na slobodu govora osigurana predajom ispisa objekata, zaliha papira, javnih zgrada, ulica, sredstava komunikacija, i drugih materijalnih uvjeta bitnih za ostvarivanje tih prava, radnicima i njihovim organizacijama.

Glavna optužba protiv kapitalističkog svijeta odnosi se na to da su radničke klase prepune iluzija nastalih od strane tiska, koji je pod vlašću plutokracije. Očito, pretpostavka da onaj koji kontrolira materijalne instrumente komunikacije može ostaviti utisak na pasivni um publike te tako štiti materijalni odnos koji u to vrijeme prevladava ili je u razvitku. Stoga je propagandu nužno promatrati kao djelatnost, slabih materijalnih troškova, pomoću koje se postiže politička učinkovitost. Zanemarivanje moći uvjeravanja Ruske elite je očito dogmatska konačnost na koju takva politika cilja. Ta elita posjeduje kruti, neraspravljiv koncept budućnosti. Briljantnost nauke kakva se primjenjuje u Rusiji je u tome da oni koji slijede takav cilj mogu zanijekati slobodu drugima sve dok ne nestanu takve materijalne kontradikcije koje su u mogućnosti utisnuti ideje neprijateljske za takvo slobodno društvo.

Najmanje prijetnje koje moraju nestati su potoci komunikacija usmjerenih prema ruskoj publici od strane ostatka utjecaja stranih elita.

Ruska vladajuća elita ne spreza za korištenjem bilo kakvih materijalnih dobra kako bi odvukla Rusku masu od takve „antidržavne“ izloženosti. Vođe Ruske propagande ne ignoriraju sentimentalnosti i pretpostavke njihove perspektivne publike. Ali, to se ne čini u cilju širenja konzenzusa mase preko slobode izbora već brinući se o ciljevima politike i samog vrha te političke moći. Suprotno tomu, kontrola publike je jednosmjerna akcija pri kojoj odstupanje publike od određenih vođa stvara samo taktički problem: naime, koji su najisplativiji načini prevladavanja takvih odstupanja? Na trenutke Lenjin je brutalno iskren o svojem prijeziru

prema mislima i osjećajima mase, koji nisu onakvi kavim je on želio da budu. Što im je zajedničko s drugim modernim tiranijama, je da prisutni čelnici ruskog vodstva države

shvaćaju kako je toliko iskrenosti izvor slabosti. Stoga si staljinisti sada čestitaju na vladanju u jednoj od najsavršenijih demokracija "na zemlji u kojoj volja ljudi više nego igdje dolazi do punog izražaja. To je oživjelo mističnu koncepciju demokracije, koja omogućuje savršenu podlogu za tiraniju koja se skriva pod pojmom „intucije“, slobodne od predstavnika mehanizama. Unutar okvira kojeg je omogučila sekularna objava commonwealtha solobode, sva pitanja su svedena na razinu taktičkih pomagala. Pristojan obzir za mišljenje i osjećaje je suvišan, ili još gore, smatra se činom podvođenja akumuliranih pogrešaka urođenih u ljudski um zbog količine materijala prijašnjih vladavina. Iskrenost za njih nema vrijednosti kao izraz čestitosti, uvijek postoji veća čestitost koja doprinosi krajnjem cilju. Glavni zadatak strategije propagande je pronaći odgovarajuće vrijeme za rješavanje specifičnih opasnosti i mogučnosti nastalih spletom okolnosti, koje bi mogle loše utjecati na jačinu moći ruskih elita. Moguće je pratiti prevladavajuću napadačku i obrambenu strategiju ruske propagande.

Proizvodnja pristanka - Chomsky je ukazao na mehanizam kontrole koji efektivno blokira razumijevanje događaja u svijetu. proces kreiranja i učvršćivanja visoko selektiranih preoblikovanih ili potpuno izmišljenih povijesnih činjenica Glavni cilj propagande je spriječiti razumijevanje i preusmjeriti pozornost s izvora vladanja, tako da elitne skupine mogu djelovati bez javnih ograničenja Modeli kontrole misli postoje i u totalitarnim i u demokratskim sustavima Propaganda je demokraciji isto što i nasilje totalitarizmu, a u demokraciji su tehnike propagande ‘izbrušene u visoku umjetnost’

3. Što prema johnu lockeu nekoga čini članom države? Locke, tekst—valjda je dobro Što je zapravo političko društvo? Ljudi se rađaju s prirodnim pravom na slobodu i „i nekontrolirano uživanje svih prava i privilegija prirodnoga zakona, čovjek po prirodi ima vlast ne samo da očuva i vlastito vlasništvo, tj. svoj život, slobodu i imovinu, od povreda i napada drugih ljudi već i da presudi i kazni prekršitelje tog zakona onako kako je uvjeren da prekršaj zaslužuje, pa čak i samom smrću za zločine kad, po njegovom mišljenju, grozota djela to zahtijeva“ (str.278.). Političko društvo ne može zapravo opstati bez vlasti koja treba očuvati vlasništvo, život i ostalo i kazni za prekršaje• Ono postoji „jedino tamo gdje se svaki član društva odrekao ove prirodne vlasti i predao je u ruke zajednice u svim slučajevima kada može radi zaštite da se obrati zakonu koji je ona ustanovila“ (str.278.)• Država donosi zakone što je vlast donošenja zakona, kažnjava povrede što je vlast rata i mira itd.• Izvor zakonodavne i izvršne vlasti građanskog društva je „u donošenju zakona, izricanju presuda, kažnjavanju počinitelja, i uporabi sile kada je to potrebno“• Ujedinjavanjem ljudi u društvo i odricanjem vlastite izvršne vlasti u korist zajednice, „jedino je tamo političko ili građansko društvo“ (str.279.)• Ovaj proces izvodi ljudi iz prirodnoga stanja i uvodi u društveno, u «stanje države». Gdje postoje ljudi „ma kako da su udruženi» bez neke središnje vlasti kojoj bi se obratili, «ti ljudi su još u prirodnom stanju“ (str.279.)U državi vlada ima za cilj očuvanje vlasništva osobe i vlasništva kao takvog na temelju zakona. Građansko ili političko društvo temelji se na zakonu.• Locke: „Nijedan čovjek u građanskom društvu ne može biti izuzet od njegovih zakona“ Prijelaz iz prirodnog stanja u društveno podrazumijeva da su „svu vlast, nužnu za ciljeve zbog kojih se sjedinjuju u društvo, predali većini zajednice…“ (str.285.)No taj je prijelaz ili tranzicija sjedinjavanja u jedno političko tijelo počiva na ugovoru između pojedinaca koji su „stupili u državu ili je stvorili“ (str. 285.) Izvor i temelj početka i nastanka političkog društva je suglasnost pojedinaca, „slobodnih ljudi, pogodnih za stvaranje većine, da se ujedine i utjelove u takvo društvo. I to je ono, i samo ono što je dali ili može dati početak nekoj zakonitoj vladi u svijetu“ (str.285.) Bez obzira na tip vlade postoji obveza potčinjavanja vladi i zakonima neke zemlje

7.Koja je funkcija elitnih medija po Noamu Chomskom? – chomsky, film \*elitni mediji-oni koji određuju program rada....New York Times i CBS, na primjer. Kao prvo, svi oni su velike, vrlo probitačne korporacije. Većina povezana ili je izravno u vlasništvu puno većih korporacija- General Electric ili Westinghouse. (vrh moći privatne ekonomije) Korporacije su u biti tiranije, hijerarhijske, kontrolirane odozgo! Komerc. mediji su samo jedan dio toga sustava.

4. Što je propaganda za harolda leswella? – tekst-Propaganda je upravljanje kolektivnim stavovima manipulacijom pomoću značajnih simbola. Značajni simboli imaju izražajnu funkciju propagatora u javnom životu. -Slobodni smo primijeniti izraz propaganda i za stvaranje dispozicija ili stavova. Osoba koja se bavi propagandom vrlo je zabrinuta o tome kako se određene rješenja dočaravaju i shvaćaju. - Njihov cilj može biti revolucionaran ili kontrarevolucionaran, reformističke ili protu-reformistički, ovisno o tome da li je uključeno i brisanje institucionalnih promjena. - Želja propagandista je pojačati stavove povoljne svojoj svrsi, preokrenuti stavove neprijateljski raspoložene prema njemu, i privući ravnodušne, te ih u najgorem slučaju spriječiti uzimanju negativnog mišljenja prema njima. -Objekt, prema kojem se propagandist nada da će izazvati neprijateljstvo, mora biti predstavljen kao prijetnja mnogim od tih vrijednosti u što većoj količini. -Postoje obrasci ispravnog i krivog, a objekt mora biti prikazan bespotrebno i smiješno. Ako je plan izvlačenje pozitivnih stavova prema objektu, ona mora biti predstavljen, ne kao prijetnja i opstrukcija, niti kao prezira ili apsurdno, već kao zaštitnik naše vrijednosti, model vrline i ispravnosti. Objekti propagande moraju biti izabrani s izuzetnom pažnjom. -Većina onoga što se nekad moralo učiniti nasiljem i zastrašivanjem sada može biti učinjeno argumentima i uvjeravanjem. -Demokracija je proglasila diktaturu raspravljanja,a tehnika diktiranja dana diktatoru naziva se propaganda.

6. Kakvi bi trebali biti masovni mediji prema tržišnim liberalima? – prezentacija- valjda 1. LIBERALIZAM -Apsolutna mjera, izvor i mjesto ljudske vrijednosti počiva na pojedinačnoj osobi; sloboda čovjeka je najvažnija -Liberalizam je uvelike doktrina o tome što ne treba raditi -Ne smije se prisiljavati ljude da misle na određeni način, niti treba dijelovati na način koji opasno ograničava slobodu drugih. Oni imaju svoj prostor, a vi svoj, i svatko ima pravo da taj prostor iskorištava po vlastitom izboru. -Deregulacija je idee fixe tržišnog liberalizma. Mediji koje država organizira i štiti, posebno elektronski i telekomunikacije, osuđuju se bezrezervno. Za njih se tvrdi da su skupi, neefikasni i opterećeni restriktivnim navikama .-Mediji pod državnom zaštitom se također kritiziraju što zanemaruju interese reklamne industrije. Mediji, navodno, trebaju istodobno pružati dvije vrste usluga – publiku opskrbljivati programom, a oglašivače publikom. Po mišljenju tržišnih liberala, u ovoj drugoj funkciji elektronski mediji u javnoj službi ozbiljno podbacuju. -Pojedini zagovornici tržišnog liberalizma priznaju da neke tvrdnje o konkurentskom tržištu ne vrijede za reklamiranje. Priznaju da ne postoje snage koje će osigurati da se cijena tv-reklama spusti na razinu cijena emisija. Prema tome, televizija koju izdržavaju oglašivači smatra se industrijom koja donosi rentu, odnosno profite koji premašuju razumnu stopu prihoda, i koju konkurencija ne pogađa. -Tržišni liberali napadaju pokroviteljstvo medija pod državnom zaštitom. Po njima, načelo radiodifuzije u javnoj službi bilo je manjkavo od samog početka. U Britaniji, kaže se, daje javnu službu osnovala društvena elita i da se suvremena javna služba nije otarasila visokoparnih predrasuda. Ona se neopravdano oslanja na nostalgični prijezir prema poslovnoj etici. Ona se zasniva na elitizmu, snobizmu i antikomercijalnim predrasudama: poslovni ljudi su prevaranti.

7. Tko su za chomskog agenti propaganda? – chomsky, knjiga, film? ljudi koji su ukljuceni u onih 20% populacije koji su kao visi slohj, profesori, menadzeri itd. ugl, te ljude vlast, tj. drzava, indoktrinira preko obrazovnog sistema...medija (NY times)...i onda oni kao takvi prenose vijesti dalje siroj populaciji koja im vjeruje jer su oni kao obrazovani.

3. Koje je istraživanje pokrenulo objavljivanje radijske drame Orsona Wellesa "Rat svijetova"? – Why we fight? odgovor: "War of the worlds" bitan za komunikologiju - pokrenuo je istraživanja o publici, prvi put se istraživao utjecaj sadržaja medija, moć medija; studija psih. panike

CHOMSKY - Kritika kapitalističke demokracije

-David Hume – „paradoks vlasti“ à većina, kojom se vlada, prepušta se manjini koja ima moć i monopol nad mišlju; svaka vlast počiva na „kontroli misli“

-Chomsky se suprotstavlja Humeovoj tezi da kategorija sile pripada isključivo većini kojom se vlada i smatra da svaka vlast počiva na sili à primjer: Centralna Amerika

-W. Lippmann: „odgovorni ljudi“ moraju „proizvoditi pristanak“ i „nužne iluzije“ kako bi „zbunjeno stado“ štitili od demokratskog dogmatizma

- 5 filtera kroz koje vijest mora proći: 1) filter korporativnog vlasništva nad medijima

2) filter reklamiranja i medijskog oglašavanja

3) filter „stručnih“ izvora koji prućaju „samo prave informacije“

4) filter privilegiranih demanata

5) filter autocenzure ili pragmatična usvajanja službenog diskursa

- takav diskurs ne proizvodi samo država, već kontrolu nad bitnim aspektima socijalne politike ima i privatna moć koja kontrolira i ekonomsku politiku

- ideološki i kulturni menadžeri definiraju razne strategije oblikovanja mišljenja, pri čemu elite imaju monopol nad tržištem ideja

-glavnu ciljanu skupinu predstavlja „neobrazovana masa“ (većina stanovništva) koju čine pojedinci zaokupljeni nečim besadržajnim

- rješenje Humeovog paradoksa: prihvaćanje Bakunjinovog stava da je temeljni element čovjekove prirode „instinkt za slobodom“ à anarhizam à tendencija koja identificira prinudne i autoritarne hijerarhijske društvene strukture, dovodeći u pitanje njihov legitimitet

-u razvijenim demokracijama narod se najlakše može kontrolirati kontroliranjem misli jer misli vode do djela

-Chomsky smatra da mediji imaju presudnu ulogu u sustavu indoktrinacije koji nas uči kako se trebamo ponašati, što misliti i slično

-mediji trebaju proizvoditi odgovorne ljude koji trebaju preuzeti stvari u svoje ruke, oni imaju određenu moć i aktivno sudjeluju u političkom životu i kontroliraju „zbunjeno stado pasivnih promatrača“ koji nisu sposobni odlučivati za sebe

- alternativni izvori informacija važni su danas kada u svijetu lasa nekoliko velikih korporacija i kada mediji uglavnom pripadaju nekom lancu, a informacije koje prikazuju često su u suprotnosti sa stvarnim problemima, zbog čega su alternativni izvori neophodni kako bismo saznali realnu i pravu sliku svijeta

-jedan od alternativnih izvora su kompjuterske mreže à „elitna privilegija“ jer zapravo mali broj ljudi ima pristup toj vrsti informacija

Što mainstream medije čini mainstream

-3 najvažnija izvora informacija o medijima: struktura koja dovodi do hipoteze kako bi medijski proizvod trebao izgledati, zatim ispitivanje medijskog proizvoda i promatranje kako se on prilagođava hipotezi

-elitni mediji – određuju program rada i okvir unutar kojeg svi ostali djeluju jer elitni mediji imaju dovoljno sredstava za takve stvari (npr. New York Times, CBS)

-njihova publika su povlašteni ljudi – bogati ljudi ili dio političke klase koja je konstantno uključena u politički sustav

-Associated Press – daju priopćenja drugima o vijestima koje drugi onda i koriste jer nemaju sredstava za nešto drugo

-NYT, CBS à primjer elitnih medija – vrlo probitačne korporacije povezane ili u vlasništvu nekih većih korporacija; na vrhu strukture moći privatne ekonomije

-institucije su kao paraziti, ovisne o vanjskih izvorima pomoći

-znanstveni okvir unutar kojeg se sustav odvija: PR, javni intelektualci, akademici à svi oni tvrde da je masovna populacija neobrazovana i njihova je uloga promatrača, a ne sudionika

-Prvi svjetski rat je razdoblje u kojem je propaganda prvi put dobri organizirana, VB je imala Ministarstvo Informacija koje je širilo propagandu prema američkim intelektualcima koji su je raznosili kroz svoj sustav

Proizvodnja pristanka

-propaganda – proces kreiranja i učvršćivanja viskoro selektiranih, preoblikovanih ili izmišljenih sjećanja u politici ili edukaciji i slično

-propaganda je vrijedan mehanizam kontrole jer blokira bilo kakvo razumijevanje događanja, a cilj edukacije je preusmjeriti pozornost na nešto drugo kako bi elitne skupine mogle nesmetano djelovati

-u demokratskim sustavima bitno je kontrolirati ne samo što ljudi rade, već i što misle, pa je zato potrebno uspostaviti okvire dopustivog mišljenja koji je ograničen unutar principa državne religije; kritike samo učvršćuju postojeći sustav ograničavajući se samo na taktička pitanja unutar njih

Sustav propagande

-povijesno upravljanje: američki povjesničari predsjedniku W. Wilsonu à dizajniranje povijesnih činjenica tako da one služe državnoj politici

-W. Lippmann – umijeće demokracije zahtijva proizvodnju pristanka (kontrolu mišljenja)

-totalitarni sustav mišljenja vs. demokratski: totalitarni sustav mišljenja je manje učinkovit jer se službena doktrina lako može prepoznati kao propaganda, što pomaže oslobođenju uma, svi znaju što je propaganda (ono što država čini), ne pokušava se znatno kontrolirati um, već se daje misao vodilja i očekuje da se ona slijedi, u suprotnom slijede kazne; s druge strane, demokratski sustav teži određivanju i ograničavanju cijelog spektra razmišljanja, ostavljajući osnovne pretpostavke neizraženima; on se ne može kontrolirati silom kako totalitarni sustav, pa zato kontrolira misli. Jedan od način kontroliranja ljudskih misli jest stvaranje iluzije o vođenju diskusije koja treba ostat unutar određenih granica, tj. obje strane moraju usvojiti određene pretpostavke koje su zapravo propagandni sustav

-propaganda često bolje djeluje kod obrazovanih nego neobrazovanih jer do njih dopire više propagande budući da više čitaju; oni su agenti propagande jer vjeruju propagandnom sustavu i jer je većina obrazovanih ljudi dio povlaštene elite koja dijeli svije interese i percepcije, za razliku od masovne populacije koja ne sudjeluje u demokratskom sustavu

-stručnjaci za zakonitost – oni koji rade na tome da sve što moćni ljudi rade izgleda zakonito, oni su u najvećoj mjeri privilegirana, obrazovana elita; to su novinari, akademici, PR-ovci – svi oni imaju zadatak stvaranja vjerovanja koje osigurava djelotvorno upravljanje pristankom

-mediji su korporacije integrirane u najveće korporacije u zemlji, a ljudi koji ih posjeduju i upravljaju njima pripadaju uskoj eliti vlasnika i upravitelja koji kontroliraju privatnu ekonomiju i državu

-kontrola kapitala he izvor i temelj moći američke države jer ljudi koji posjeduju zemlju imaju sredstava za sudjelovanje u politici, mogu dobiti informacije, nametnuti pritisak, lobirati i kontrolirati vladu

Zbunjivanje stada

-mediji podržavaju moćne ljude i na taj način pokazuju kako sustav propagande djeluje

-dok masovni mediji imaju ulogu zabavljati populaciju kako ne bi sudjelovali u javnoj politici, elitni mediji su usmjereni prema „političkom sloju“ i moraju ulijevati pravilne stavove koji služe kao mehanizam indoktrinacije koji je u interesu moći, ali i prezentirati realnu sliku svijeta jer su njihove mete ljudi koji odlučuju

-Lippmann: za pravilno funkcioniranje demokracije postoje dvije različite uloge: uloga posebne klase odgovornih ljudi (manjine) i uloga javnosti (zbunjeno stado) koja je zapravo uloga promatrača, a ne sudionika jer je donošenje odluka u rukama elite

O slobodi tiska i kulture

-budući da ni državno ni kapitalističko vlasništvo ne može osigurati slobodu informacija i govora, potrebna je demokracija kao alternativa

-demokracija koja stvarno funkcionira pretpostavlja relativnu jednakost, a to zahtijeva raspuštanje koncentrirane, državne ili privatne, moći

-mediji bi trebali biti raznoliki i u vlasništvu radne snage i zajednice u kojoj djeluju

-politička kultura elite je aktivna i sudjeluje, želi da velika većina bude pasivna i poslušna, usmjerena prema nečemu nevažnom

Mediji, znanje i objektivnost -postoji trend prema centralizaciji moći na sve višim razinama, ali istovremeno postoje i kontra trendovi okrenuti regionalizaciji

Medijska kontrola

-dvije različite koncepcije demokracije: 1) demokratsko društvo posjeduje sredstva pomoću kojih bi moglo sudjelovati na razuman način u upravljanju svojim poslovima, a informacije bi bile dostupne svima i besplatne

2) javnost je spriječena u upravljanju svojim poslovima, a informacije su strogo kontrolirane (ta koncepcija prevladava)

-proizvodnja pristanka (Lippmann): donošenje suglasnoti putem novih tehnika propagande kod dijela javnosti koji se nije slagao s određenim idejama

-u demokraciji koja ispravno funkcionira postoje slojevi građana: prvi sloj su oni koji imaju aktivnu ulogu u vođenju općnih poslova, ostali koji se nalaze izvan te grupe su „zbunjeno stado“ za koje proizvodnja pristanka i postoji

Nature communication - bilješke

-za izgradnju društva i njegovih dijelova te razumijevanje između njegovih članova, neki procesi komunikacije su potrebni

-iako se na društvo često gleda kao na statičnu strukturu definiranu tradicijom, društvo je zapravo nešto potpuno drugo – mreža djelomičnog ili potpunog razumijevanja među svojim članovima organizacijskih cjelina svakog stupnja obujma i kompleksnosti, rangirano od ljubavnih parova ili obitelji, pa sve do naroda, ili čak sve većih dijelova čovječanstva do kojih mogu prodrijeti mediji

-društvo je samo naočigled statični zbroj socijalnih institucija – ono ustvari biva ponovno oživljavano ili kreativno afirmirano iz dana u dan pomoću određenih činova komunikacijske prirode koje se steću među individualcima koji sudjeluju u njemu

-svaki kulturni uzorak i svaki čin društvenog ponašanja uključuje komunikaciju ili u eksplicitnom ili u implicitnom smislu

-svaka disciplina koja se tiče ljudskog društva i ljudskog ponašanja mora nužno biti uključena u komunikaciju

-student koji želi sažeti svo postojeće znanje o ljudskoj komunikaciji mora istraživati više područja, te članci o tim raznim područjima ljudskih djelatnosti povezanih s komunikacijom mogu često ići u raznim smjerovima te se, za razliku od nekih drugih znanstvenih disciplina, neće nadovezivati jedan na drugi – to je razlog zbog kojeg je stvaranje sistematične teorije ljudske komunikacije sporo

-„How Communication Works“, djelo napisano 1970.godine, mora biti kompleksnije i zahtjeva više kvalifikacija nego ono napisano 1952.godine

-postavlja se pitanje zašto ljudi iste socijalne kategorije (obrazovanja, klase, itd.) još uvijek reagiraju toliko drukčije na istu komunikaciju?

-usred promjene teško je izmjeriti promjenu

-socijalni učinci unutar kojih poruka dolazi, primateljeva socijalna veza s onim koji poruku šalje, primjećene socijalne posljedice prihvaćanja ili djelovanja zbog poruke, sve to mora biti skupljeno zajedno s razumijevanjem simbolične i strukturalne prirode poruke, uvijeta pod kojim je primljena, mogućnostima primatelja i njegovim naučenim odgovorima, prije nego što možemo predvidjeti s ikakvom stvarnom sigurnošću posljedice djelovanja komunikacije

Procesi i utjecaji masovne komunikacije

-komunikacija se smatra odnosom, činom dijeljenja

-„How Communication Works“ je bio prvi općeniti esej o komunikaciji koji je koristio koncept „dijeljenja“ informacija; to je dijelom bila reakcija protiv mehanističke psihologije koja se mnogo koristila u to vrijeme da bi se objasnili utjecaji komunikacije, i protiv iracionalnih strahova od propagande u ranim 50-im godinama.

-najdramatičnija promjena u općenitoj teoriji komunikacije u zadnjih 40 godina je bilo postepeno napuštanje ideje pasivne publike, i njene zamjene konceptom visoko aktivne i birane publike, radije manipulirajući nego biti manipuliran porukom

-da bi se cijenio značaj ove promjene moramo se podsjetiti koliko je za mnoge ljude zastrašujuća bila propaganda Prvog svjetskog rata, i kasnije komunistička i nacistička propaganda; u to vrijeme publika se smatrala poput neke sjedeće mete – ako ju je komunikator htio pogoditi, mogao je na nju i utjecati

-ovo postaje posebno zastrašujuće zbog dosega novih masovnih medija; nesofisticirano gledište je bilo to da ako osoba može biti na dometu sila propagande nošene moćima masovnih medija, tada osoba može biti mijenjana i kontrolirana – zbog toga je propaganda postala riječ koja se mrzi – autor ovo naziva teorijom metka u komunikaciji – komunikacija je viđena kao magični metak koji prenosi ideje ili osjećaje ili znanje ili motivacije skoro automatski od jednog uma na drugi

-Columbia Encyclopedia definira komunikaciju kao „prijenos misli“

-poruke su te, ne ideje ili misli, koje se prenose od komunikatora prema primatelju

-prvi veliki korak u objašnjavanju zašto različiti ljudi reagiraju toliko različito na istu komunikaciju je poduzet kada su sociolozi razvili nešto što se zove teorija kategorije. Za to se može zahvaliti oglašivačima zbog potrebe da se izmjere publike. Postalo je brzo uočljivo da većina visokoobrazovanih ljudi ima drukčije ukuse od onih s manjom razinom obrazovanja, kao i stariji od mlađih, ženska od muška populacije, ljudi iz gradova od ljudi sa sela, siromašni od bogatih, i tako dalje. Što je teorija postajala vještijom, uvidjelo se da će ljudi koji posjeduju različite skupine stavova ili vjerovanja izabrati drukčije i drukčije će reagirati od onih koji posjeduju neke druge skupine. Kako se teorija pažljivije pregledavala, postajalo je očito da grupe kojima su ljudi pripadali imaju veze s njihovim komunikacijskim navikama, i njihovo članstvo određenoj grupi je dovelo do toga da odlučuju i reagiraju na poruku na takav način da brane uobičajene norme grupe koju vrednuju. Veliki udio interpersonalne komunikacije je umješan u promjenu bilo koje vrste.

-danas je potrebno razmišljati o komunikacijskom procesu kao o dva različita djelovanja – onom koji izvodi komunikator, i onom primateljevom, za razliku od teorije o magičnom metku.

Što je komunikacija?

-komunikacija – razmjena ideja, znanja, itd., bilo govorom, pisanjem ili znakovima (Oxford English Dictionary)

-komunikacija-prijenos misli i poruka, osnovne forme komunikacije su znakovi (vid) i zvukovi (sluh). (Columbia Encyclopedia)

-u najopćenitijem smislu, komunikacija postoji kad god jedan sistem, izvor, utječe na drugi, manipulacijom alternativnih znakova koji se mogu prenositi preko kanala povezujući ih. (C.E. Osgood, 1 Vocabulary for Talking about Communication)

-riječ komunikacija će se ovdje koristiti u vrlo širokom smislu koji uključuje sve procedure kojima jedan um može utjecati na drugi. Ovo, naravno, uključuje ne samo oralni razgovor, nego također i glazbu, likovne umjetnosti, kazalište, balet, i ustvari svo ljudsko ponašanje.

-komunikacija-mehanizam kroz koji ljudski odnosi postoje i napreduju-svi simboli uma, zajedno s načinima njihova prijenosa kroz prostor i njihova očuvanja u vremenu. –Charles Cooley

-svaka od ovih definicija ima svoju snagu i korisnost. Prve dvije se temelje na ideji prijenosa informacija, razlikuju se između prijenosa ideja, znanja, misli i poruka, i između prijenosa materijalnijih stvari. Treća i četvrta definicija počivaju na ideji utjecaja i učinka više nego na ideji prijenosa ičega. Ne ograničavaju prirodu poruke ničim osim „signalima“. Zadnja definicija je bitna zbog svog značaja za ljudske odnose.

-danas komunikaciju možemo definirati jednostavno tako što ćemo reći da je to dijeljenje orijentacije prema skupu informacijskih znakova

-informaciju, u ovom smislu, moramo definirati jako široko. Očigledno ona nije ograničena na vijesti ili „činjenice“. Ona je svaki sadržaj koji smanjuje nesigurnost ili broj alternativnih mogućnosti u situaciji. Može sadržavati emocije. Može sadržavati činjenice, mišljenje, vođenje ili nagovaranje. Ne mora biti izrečena, niti čak eksplicitno iskazana: „govor šutnje“ je važna informacija. Ne mora biti precizno identična u primatelja i pošiljatelja-sumnjamo da ikad i je. Prapovijesna ideja o prenošenju kutije činjenica iz jednog uma u drugi nije više zadovoljavajući način razmišljanja o ljudskoj komunikaciji. Više pomaže misliti kako jedan ili više ljudi ili čak cijeli narodi shvaćaju određenu informaciju, svaki sa svojim vlastitim potrebama i namjerama, svaki koristeći informaciju na svoj vlastiti način.

-komunikacija se, dakle, temelji na odnosu. Taj odnos može postojati između dvoje ljudi, ili između jedne osobe i više ljudi. Komunikacija se može smjestiti između grupe i individualca, kolektivnog društva i individualca ili između društva i grupe ili organizacije. Životinje komuniciraju, i komunikacija se može nalaziti između životinja i ljudi.

Što komunikacija radi?

-što ljudi rade s komunikacijom nije lako klasificirati ili katalogizirati

-imajući na umu da je osnovna funkcija većine komunikacija poistovjećivanje ljudi jedni s drugima, ili s grupama, i da njihov skriveni sadržaj može biti bitniji nego što to prikazuju, možemo klasificirati veliki dio socijalne komunikacije unutar nekoliko naslova poput ovih: s pošiljateljevog gledišta komunikacija može služiti da bi se informiralo, ugodilo ili nagovorilo. S primateljevog gledišta komunikacija služi da bi se razumjelo, naučilo, uživalo ili odlučilo.

-značenje je kognitivna i emocionalna stvar, postoji između onih koji sudjeluju, to je odgovor koji primatelj stvara prema znakovima koji sjedinjavaju poruku

-značenje je više od definicije iz rječnika; konotativno je kao što je i denotativno-odgovor cijele jedne osobnosti na skup znakova. Osoba uči te odgovore povezujući znakove s objašnjenjima (stvari na koje se odnose). On vidi psa, čuje ga, dodiruje, miriši, opaža njegovo ponašanje. Netko to biće nakon nekog vremena nazove psom i nakon nekog vremena riječ pas osoba povezuje s pojavom, iskustvom i susretanjem psa. Kako susreće više pasa, on generalizira riječ pas da bi pokrio sva ta iskustva. Njegov odgovor na znak neće biti precizno sličan poput odgovora na bilo kojeg određenog psa-pogotovo ako pas reži na njega-ali taj znak služi kao kod za njegovu uskladištenu memoriju svih tih iskustava. To je način na koji čovjek uči većinu znakova, kao što također uči iz drugih znakova.

-značenje koje je netko sposoban isčitati pomoću znakova ovisi o njegovom iskustvu s njima i njihovim objašnjenjima.

-sličnost značenja koje osoba A i osoba B percipiraju u poruci ovisi o pronalaženju područja u kojemu je iskustvo dvoje ljudi dovoljno slično da bi mogli uspješno dijeliti iste znakove.

-poruka nije jednostavna koliko se čini. Puno potencijalnog značenja neke poruke nalazi se izvan izrečenih riječi. Postoje informacije u tonu i kvaliteti glasa, naglaski, naglašivanju, brzini, popratnim gestama, izrazima lica, odjeći, stavu, mjestu odabranom za prijenos poruke, dodiru... ovi i ostali znakovi, uključujući znakove riječi koji su zapravo izgovoreni-sve to čini potpuno poruku na koju primatelj odgovara. U usporedbi s brojem i različitim vrstama znakova koji dolaze s porukom licem u lice, određene medijske poruke-na primjer priča u novinama-se čine pukima, jer se primatelj koncentrira na printane riječi. Ali neko dodatno značenje o važnosti informacije može dati, na primjer, dužina priče, veličina naslova, mjesto na stranici i broj stranice.

Proces informiranja

-svi prolazimo kroz život okruženi obiljem poruka. To je puno više nego što naša osjetila mogu primiti, mnogo više nego što naš živčani sustav može podnijeti.

-proces informacijske komunikacije zahtjeva 4 koraka: 1.privlačenje pažnje, 2.prihvaćanje, 3.interpretiranje, 4.skladištenje za daljnju upotrebu.

-kako netko bira znakove koje će uzeti u obzir? Puno selektivne izloženosti je slučajno ili impulsivno, više nego racionalno, ali navike se razvijaju nakon dugog iskustva i zbog toga je vjerojatnije da će individua prije izabrati jedan način komunikacije od nekog drugog načina.

-ako osoba prihvaća poruku, dati će joj onakvu interpretaciju kakvu mu njegovo sačuvano iskustvo i njegove izgrađene vrijednosti mogu dati. On poruku može interpretirati samo u uvijetima odgovora kakve je naučio. Ali osoba teži interpretirati nova iskustva, ako je moguće, na načine koji odgovaraju starim iskustvima i prihvaćenim vrijednostima. To ponekad vodi do iskrivljenja, i često do odabira dijelova poruke koji odgovaraju ugodi, odbacivajući ostalo. Uporaba bilo koje poruke koju primatelj prima ovisi o tome što je njemu iz te poruke potrebno.

1. Koja su karakteristike sociologije znanja?+ R. Merton postavlja tri glavne razlike između sociologije znanja i američkih istraživanja masovnih komunikacija: 1. Sociologija znanja istražuje duhovni život u cjelini na filozofsko-antropološkoj i povijesnoj osnovi. 2. Sociologiju znanja zanima povijest, egzistencijalna istina, priroda znanja i intersubjektivnost. 3.Tehnika i tijek istraživanja u sklopu istraživanja masovnih komunikacija imaju tendenciju osamostaljivanja. Za sociologiju znanja ta je problematika sekundarna

2. Što je proučavao Leo Lowenthal i u kojoj se fazi razvoja tad nalazilo američko društvo? + Izazvao je duboku promjenu u shvaćanju popularne kulture, kada, istražujući brojne tjednike o američkom kućnom životu, Saturday Evening Post, Harper’s i slične, uočava pomak što se zbio tijekom 1920. godina između rukovodećih ljudi industrije prema “slavnim ličnostima”, posve novoj kategoriji koja obuhvaća sportaše, filmske i kazališne glumce kojima je svima zajedničko to da se njihovoj slavi treba diviti, ali ne u njoj i sudjelovati. + To je trenutak u kojemu kapitalizam prelazi iz svoje proizvodne faze u potrošačku. Začetak je to “spektakularnog” društva

4.) Koje slobode postoje kod J.S. Milla?

+ političke slobode- postaviti granice moći vladara nad zajednicom, i to je ograničenje bilo ono što su stari zvali slobodom. Ako bi vladar prekoračio ovlasti, poseban otpor ili opća pobuna smatrali bi se opravdanim

+ sloboda pojedinca- koja se ničime ne smije ograničiti

+ građanska, društvena sloboda: priroda i granice vlasti koju društvo može legitimno imati nad pojedincem

+ sloboda izražavanja i objavljivanja mišljenja

+ sloboda misli

+ slobodu ukusa i težnji- planiranja našeg života tako da odgovara našem karakteru, da radimo ono što želimo bez obzira na moguće posljedice za nas, a da nas naši bližnji ne spriječavaju ako im time što činimo ne nanosimo štetu, čak i ako misle da je naše ponašanje budalasto, izopačeno i nepravilno

+ sloboda udruživanja pojedinaca- koja ne podrazumijeva povredu drugih.

5.) Kako je J.Milton rekao za slobodu tiska i za ukidanje cenzure?

+ Milton se zalaže za slobodni tisak, kako bi se “ljubav prema Bogu i duh slobode i znanja” mogli neometano širiti. Cenzura tiska je gnjusna i zato što pojedincu onemogućava korištenje slobode da razmišlja, razlikuje i svojom voljom odabere kršćanski način života. Cenzori ne mogu umjesto nas odlučiti kako da živimo. Bog je čovjeku podario razum, a time i sposobnost da čitamo i biramo između dobra i zla u skladu s onime što nam nalaže savjest. Time što nas upućuje da čitamo što god želimo, i sami o tome sudimo, Bog iskazuje svoje povjerenje u nas. Državna cenzura odbacuje razum koji je Bog dao čovjeku. Milton se nije zalagao za potpunu slobodu tiska od svih državnih propisa. Smatrao je da knjige papinskih fanatika treba pročišćavati. Predviđao je uvođenje zakona o naknadnom kažnjavanju svake zloupotrebe ili pretjerane raspuštenosti tiska;

6.) Što je za N.Chomskog nužna iluzija?

+ Potreba za "proizvodnjom pristanka" i "nužnih iluzija" zanemarena je tema u proučavanju suvremene povijesti ideja. Ona se javlja zajedno s prvim demokratskim prevratom u povijesti, s engleskom revolucijom u sedamnaestome stoljeću, kada se "radikalni demokrati" suprotstavljaju uvriježenom stavu po kojemu "ne može biti prave vlasti bez odgovarajućih misterija", pomoću kojih se, opet, stvaraju "odgovorni pojedinci", posve u duhu Lockeovog aksioma po kojemu "obični ljudi moraju biti isključeni iz javnih poslova".

+ kontrolu ne proizvodi samo država koja predstavlja tek jedan segmet u kompleksu moći. Kontrolu nad bitnim aspektima socijalne politike u kapitalističkoj demokraciji ima privatna moć( kontrolira i ekonomsku politiku). Nevidljivo prisutstvo korporacija u samoj strukturi “nužnih iluzija”. Ideološki i kulturni menadžeri pažljivo definiraju različite strategije oblikovanja mišljenja, pri čemu elite imaju monopol nad tržištem ideja, oblikujući tako cjelokupnu percepciju političke realnosti.

+Glavnu ciljnu grupu predstavlja “neobrazovana masa”, većina stanovništva. Ona se mora – kako glasi jedna popularna menadžerska floskula – neutralizirati pomoću “emocionalno potentnih simplifikacija”. (idealna društvena jedinka pojedinac zaokupljen nečim bez sadržaja – ideološkom konotacijom ga snabdijevaju televizija i obrazovni sustav, kroz neprestani trening za poslušnost i potrošnju). Mediji imaju presudnu ulogu u sustavu indoktrinacije, zajedno s obrazovnim ustanovama, sveučilištima i koledžima, već od vrtića.

+ Waltera Lippmana i Reinhold Neibuhr- Oni su zdušno zastupali tezu da "odgovorni ljudi" moraju "proizvoditi pristanak" i "nužne iluzije" kako bi "zbunjeno stado" štitili od demokratskog dogmatizma. Ova svojevrsna politička teologija postala je obilježjem intelektualnog diskursa, korporativne prakse i geopolitičke strategije.

DOSTIZANJE ISTINE - ● Tu ideju nagoviješta traktat Leonarda Bushera Religion’s Peace; or a Plea for Liberty of Conscience (1614) – “kao što se slama ne može oduprijeti naletu vjetra, tako ni greška ne može odoljeti Istini”; ● Tijekom 18.st. u Engleskoj su se argumenti zasnovani na istini snažno razvili, a najutjecajnija i svjetovna verzija pojavila se u djelu Johna Stuarta Milla O slobodi, ● Mill daje tri razloga koja jamče slobodno kruženje mišljenja putem tiska čiji je značaj nezamjenjiv: 1. Svako mišljenje koje vlasti ili civilno društvo ušutkuju, kao navodno pogrešno, može se pokazati kao točno, u smislu da može biti suglasno s činjenicama i izdržati snažne protuargumente zasnovane na tim činjenicama. 2. Ako se neko mišljenje i ispostavi kao potencijalno, ono često sadrži zrnce istine. Prevladavajuće mišljenje o bilo kojoj stvari rijetko sadrži cijelu istinu. To znači da se puna istina može doseći jedino kroz sučeljavanje s drugim, suprotnim mišljenjem. 3) Jedno mišljenje može zaista predstavljati cijelu istinu, i ništa osim istine, ali ako se suoči s osporavanjima, ono će se uskoro pretvoriti u predrasudu – “u mrtvu dogmu, a ne živu istinu”. “Nesretna sklonost ljudi da prestanu razmišljati o nekoj stvari kada se u nju više ne sumnja, uzrok je mnogih njihovih grešaka. To je i zato što povijesne epohe nisu ništa manje sklone greškama od pojedinaca ili grupa ... Sigurno će budući vjekovi odbaciti mnoga mišljenja koja su sada općeprihvaćena, kao što je sadašnji vijek odbacio mnoga koja su nekada bila opća.

CENZURA U JUGOSLAVIJI - ● Jugoslavija – 1928. Spisak inostranih listova, časopisa, knjiga i dr. kojima je zabranjen ulazak i rasturanje u našu zemlju, ● NDH – 1941. Upozorenje školskim knjižnicama u kojemu se navodi koje knjige treba odstraniti iz školskih knjižnica, ● SFR Jugoslavija – popisi emigrantskih pisaca, izlučivanje knjiga iz knjižnica, zabranjuje se posebnim sudskim odlukama uvoz pojedinih brojeva inozemnih novina, časopisa ili pojedini naslovi knjiga, tiskari odbijaju tiskati pojedine tekstove (Praxis, Hrvatski tjednik)

UTJECAJ SLOBODE TISKA - Moderna društva su podijeljena i asocijativna, strukturirana pomoću tri međusobno povezana organizacijska načela: tržišta, države i javno mnijenje. Tržišni ugovori, zasnovani na racionalnom proračunu, zamjenjuju prisnu srodnu slogu predmodernih zajednica; zakoni koje je formulirao državni aparat zauzimaju mjesto drevnih narodnih navika i običaja; a javno mnijenje potkopava srednjovjekovno religiozno vjerovanje: “Tijekom nekoliko posljednjih stoljeća kršćanstvo je izgubilo ono što je javno mnijenje dobilo”. Početkom 20. st. javno mnijenje, izraženo kroz neovisan slobodan tisak, razbija mračnu, nerazumnu tajanstvenost “nedokazanih maštanja, vjerovanja ili autoriteta”. Vladajuća, kolektivna mnijenja u modernim društvima više se ne mogu nazvati “esencijalnom voljom”, sastavljenom od dogmatskih vjerovanja i tradicionalnih osjećaja. “Uspon slobode tiska razara dogmatske tradicije. On njeguje refleksivnost. On potiče nastanak proizvoljne, odnosno “konvencionalne volje”, tj. javnog formuliranja poželjnih ciljeva i svjesnog razmatranja sredstava kojima se oni mogu postići. Rast javnog mnijenja u tom smislu ima velike političke implikacije. Države se izvod pred sud javnog mnijenja. U ime općeg ili javnog interesa, tisak kudi tirane i zločince koji ga guše ili pokušavaju izbjeći. Zloupotreba vlasti javno se raskrinkava. O donošenju i provođenju zakona vode se bučne javne svađe. Kao sjajne zvijezde repatice na tamnom nebu apsolutizma, tisak i javno mnijenje unose svijetlost u moderni svijet.

SLOBODA IZRAZAVANJA I SLOBODA TISKA - Kada je riječ o slobodi izražavanja postoji miješanje slobode izražavanja i slobode tiska. Liberalne teorije počivaju na dvjema konvencijama koje pripadaju domeni praktičnog. Prema prvoj - novinar je činitelj slobode izražavanja građanina. Pošto novinar ima pristup medijima, on govori umjesto građanina, koji ga zadužuje da prikazuje raznorodne informacije i bogatstvo i raznolikost stajališta. Prema drugoj konvenciji, novinar provodi tu slobodu izražavanja tako što ga delegira vlasnik njegove medijske kuće. Vlasnik medijske kuće je zapravo taj koji raspolaže slobodom tiska kao rezultatom slobode izražavanja i slobode poduzetništva. Međutim, zadaci predstavljanja i delegiranja ipak su podvrgnuti stegama, koje dovode do izricanja sumnji u pogledu toga koliko je novinar istinski sposoban postupati na samostalan način, vođen samo vlastitom savješću, uz uravnoteženost slobode i odgovornosti, kao što bi trebalo biti po liberalnoj misli. Poteškoća proizlazi prije svega iz toga što se neprekidno održava miješanje dva pojma, slobode izražavanja shvaćenog kao prava privatnih osoba i slobode tiska shvaćenog kao obavljanje javne funkcije.

SUVREMENA BORBA ZA SLOBODU MEDIJA - Rasprave o vođenje politike u sferi tiska, a posebno elektronskih medija, sve se više vode na staromodnom jeziku državne cenzure, individualnog izbora, deregulacije, tržišne utakmice i svitanja era komunikacija obilježene “slobodom izbora, umjesto regulacijom i oskudnošću” (Rupert Murdoch), Mediji rukovođeni tržištem osiguravaju utakmicu. Ona omogućuje pojedinačnim potrošačima da odluče što žele kupiti. Zahvaljujući njoj, cijene ostaju niske, a kvaliteta visoka; opskrbljivači su primorani preuzeti rizik i neprestano unositi inovacije, kako bi spriječili da im posao preuzmu konkurenti koji nude bolje, savršenije proizvode, Deregulacija je idee fixe tržišnog liberalizma. Mediji koje država organizira i štiti, posebno elektronski i telekomunikacije, osuđuju se bezrezervno. Za njih se tvrdi da su skupi, neefikasni i opterećeni restriktivnim navikama.