

Iskrivljeni odrazi

Sanja Sarnavka



Projekt "Education for citizens – citizens for social development and solidarity"

Ovaj projekt financira Europska unija

Projekt sufinancira Ured Vlade Republike Hrvatske za udruge

TKO? MOĆ:

- Ekonomska
- Politička
- Koerzivna – (pri)sile
- Simbolička – sposobnost korištenja simboličkih formi da bi se utjecalo na slijed događaja ili aktivnosti – raspolaganje sredstvima informiranja i komuniciranja – što se neće spominjati, a o čemu će se puno govoriti

Mediji kao komunikacija i interakcija
Komunikacijski kanal
Claude Shannon

Poruka

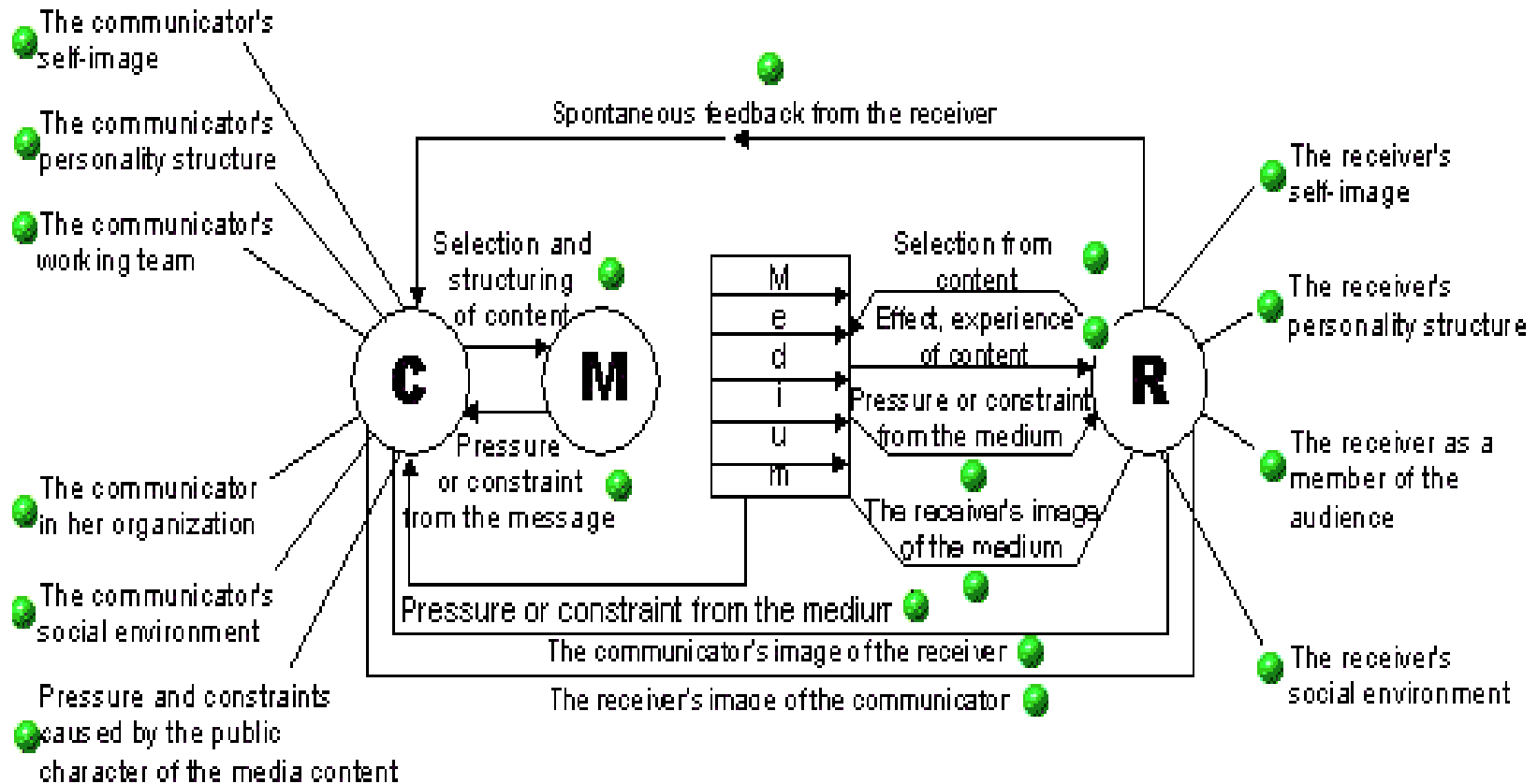
Pošiljatelj



Primatelj

šum u kanalu

Maletzkeov model komunikacije u masovnim medijima (1963.)



Please click a button for further information

Teorija prijenosa poruka

- Harold D. Lasswell (1948.) Da bi se opisao neki čin komunikacije treba odgovoriti na sljedeća pitanja:
 - TKO
 - usredotočenost na pošiljatelja, čimbenici koji iniciraju i rukovode komunikacijskim činom
 - kaže ŠTO
 - analiza sadržaja
 - kojim KANALOM - analiza medija, tehničkog ili prirodnog
 - KOME
 - analiza primatelja (audience analysis)
 - S kojim UČINKOM – kako poruka djeluje na primatelje

«Kada ti govorim, moj mozak je izvor informacije, a tvoj je odredište. Moje glasnice su odašiljač, a tvoje uho prijemnik.»

Paddy Scannell, teorija komunikacijske intencionalnosti

- svemu što čitamo u novinama, čujemo na radiju, gledamo na televiziji ili na internetskim portalima medija namjera je da bude smisleno za gledateljstvo i slušateljstvo
- intencionalnost je podrazumijevajuća i za publiku i stvaraoce programa –
što ne znači da postoji konsenzus o onome što će biti suština interakcije (ne dijele se nužno iste vrijednosti, ista vjerovanja, itd.)
- institucionalne situacije razlikuju se od drugih po moći institucije da organizira i kontrolira prirodu situacije i nametne svoje definicije sudionicima u određenoj situaciji

Intencionalnost komunikacije u medijima

- kako funkcionira moć određuje se proučavanjem:
 - a) raspodjele komunikacijskih uloga
 - b) sudioničkim statusom i performativnim ulogama
 - c) organizacijom i nadzorom komunikacije
- Tko može govoriti, kad može govoriti i pod kojim uvjetima?

- Posebnost je komunikacije u medijima da se poruke kreiraju za odsutne slušatelje i gledateljice
- Neki su primarno uključeni u produkciju simboličkih formi za druge koji nisu fizički prisutni; a ti su drugi prvenstveno primatelji simboličkih formi kojima mogu odgovoriti specifičnim načinima, ali ne i neposredno – negledanje, pisma podrške, lojalnost...
- Udaljenost adresanta od adresata može biti enormna
- 55 milijuna ljudi u jednoj je večeri gledalo Zameo ih vjetar, a u 40 godina prodano je 21 milijun primjeraka ove knjige; 1976. je posljednju epizodu serije M.A.S.H. Vidjelo 130 milijuna Amerikanaca...

UNESCO--ovi indikatori medijskog razvoja

Obuhvaćaju pet strukturnih kategorija:

1. Sloboda izražavanja
2. Pluralizam i raznolikost medija
3. Mediji kao platforma za demokratski dijalog
4. Novinarska profesija
5. Tehnološka infrastruktura

Filteri koji određuju što će se naći u vijestima (Noam Chomsky):

- Mediji su veliki business – kontroliraju ih vrlo bogati menadžeri koji su odgovorni vlasnicima i zakonima tržišta – korporacije, banke i vlade imaju svoje ciljeve
- Reklame
- Izvori informacija koji su najčešće na pozicijama moći
- “Flak” i drugi oblici prisile – negativna ocjena medija; javna, pismima, telefonskim pozivima, raspravama u parlamentima, sudskim procesima i sl.

Vlasnici medija:

- 80% svih informacija koje kolaju svijetom dolazi iz velikih transnacionalnih kompanija čije je sjedište na Zapadu;
- Jedna petina svih inozemnih dopisnika/ca zapadnih agencija nalazi se u zemljama u razvoju u kojima živi 4/5 svjetske populacije;
- 20 – 30% svih svjetskih vijesti odnosi se na zemlje u razvoju
- (Pattanayak, 1985.)

The Big Ten



**AOL/
TIME WARNER**



**GENERAL
ELECTRIC**



VIACOM, INC.



**WALT DISNEY
COMPANY**



**LIBERTY MEDIA
CORPORATION**



**AT&T
CORPORATION**



**NEWS
CORPORATION**



BERTELSMANN



**VIVENDI
UNIVERSAL**



SONY

click on a company for more detail

(Current as of Dec. 20, 2001)

- <http://www.businessinsider.com/these-6-corporations-control-90-of-the-media-in-america-2012-6>
- The ownership of national newspapers remains concentrated in just a few large companies: 70% of the UK national market is controlled by just three companies (News UK, Daily Mail and General Trust, and Trinity Mirror), with Rupert Murdoch's News UK fully holding a third of the entire market share.
- 55% of national radio listenership is held by the BBC's channels, however news content for almost all commercial radio stations is provided by Sky News, giving them 43% of the national audience share for radio.

WALT DISNEY COMPANY

Revenues: \$25.4 billion

MAGAZINES

US Weekly (50% w/Wenner Media), *Discover*, *Family Fun*, *Disney Adventures*, *ESPN The Magazine* (80% w/20% Hearst), *Talk* (50% w/50% Hearst)

RESORTS/THEMED ENTERTAINMENT

Disney World, Disneyland, Disney Cruise Line, Disney Vacation Club, Disneyland, Tokyo Disney (royalties on revenues), Disneyland Paris (39%), Hong Kong Disneyland (planned for 2005); ESPN Zone (80% w/Hearst)

BOOKS

Hyperion, Talk Miramax, Disney Children's Book Group, ESPN Books, ABC Daytime Press

TELEVISION

NETWORKS

ABC; Disney Channel; Toon Disney; Soap Net; ESPN, ESPN2, ESPN Classic, ESPNEWS and ESPN Regional Television (all 80% w/20% Hearst); A&E, History and Biography channels (all 37.5% w/37.5% Hearst and 25% GE); Lifetime and Lifetime Movie Network (50% w/50% Hearst); E! and Style (40% w/40% Comcast, 10% Liberty, 7.5% AOL-TW and 2.5% AT&T), Fox Family Channel; Disney and ESPN channels in more than 140 countries, plus stakes in other channels

STATIONS

10 stations

PRODUCTION

Buena Vista, Touchstone, Walt Disney, IABC Entertainment, ABC News Productions, Saban

SPORTS

Mighty Ducks, Anaheim Angels

MOVIES

Walt Disney Pictures, Touchstone Pictures, Hollywood Pictures, Miramax Film Corp., Dimension, Buena Vista International

RADIO

Stations: 50; networks ABC Radio Network, Radio Disney, ESPN Radio (80% w/20% Hearst)

OTHER

Theatrical productions of *Beauty and the Beast*, *The Lion King*, *The Hunchback of Notre Dame* and *Aida*; New Amsterdam Theatre on Broadway; 741 stores and Disney catalogue; licenses characters for clothes, toys, etc., and for teaching aids; videos/films for schools; stakes in sites including NFL.com and Movies.com (50% w/News Corp.); markets cell art from Disney animated films; Celebration, Florida, a 4,900-acre town

New York Times 60:40



Izvještavanje o genocidu u Istočnom Timoru i situaciji u Kambodži



Hrvatska

Dnevno korišćenje medijskih platformi (2015)

Televizija - 82% populacije,

Internet (52%),

Radio (50%)

Tiskovine (29%).

Media Pluralism Monitor 2015

