

МАСОВНО И ВИРТУЕЛНО КОМУНИЦИРАЊЕ

МАСОВНО КОМУНИЦИРАЊЕ

- За разлику од осталих облика комуникационе праксе, масовно комуницирање је увек посредно.
- У масовном комуницирању поруке се саопштавају и примају путем медија масовног комуницирања.

ДЕФИНИЦИЈА МАСОВНОГ КОМУНИЦИРАЊА

- Масовно комуницирање је облик комуницирања у којем се масовним медијима дисеминирају поруке из комуникационих центара до припадника масовне публике.

ОСОБИНЕ МАСОВНОГ КОМУНИЦИРАЊА

- Масовно комуницирање је нужно јавно комуницирање, с обзиром да су медијски садржаји доступни свим људима који су у том тренутку, вољно или невољно, изложени мас-медијима.
- Наглашена је могућност утицаја и контроле масовног комуницирања.

ОРГАНИЗАЦИЈА МАСОВНОГ КОМУНИЦИРАЊА

- Овај вид комуникационе праксе се остварује уз помоћ медијских организација.
- Централни део у њима представља комуникациони центар, скуп професионалних комуникатора, који су специјализовани за селекцију информација, симболско обликовање порука, њихово прилагођавање својствима масовних медија и трансмисију порука на одређеном простору и у одређеном времену.

ПОДЕЛА КОМУНИКАЦИОНИХ УЛОГА

- У масовном комуницирању улоге су потпуно подељене између:
 1. професионалних комуникатора у комуникационом центру, као пошиљалаца порука и
 2. неограниченог мноштва појединаца у масовној публици у улози прималаца порука.

ПРОФЕСИОНАЛНИ КОМИНИКАТОРИ

ТЕЛЕВИЗИЈА



РАДИО



МАСОВНА ПУБЛИКА



КАРАКТЕРИСТИКЕ МАСОВНОГ КОМУНИЦИРАЊА

- Масовно комуницирање је једносмерно.
- За масовно комуницирање је карактеристично непостојање могућности за реципрочну изменљивост комуникационих улога.
- Из тог разлога се овом облику комуникационе праксе понекад оспорава статус комуницирања.
- Ипак постоје повратне реакције попут писама читалаца, укључивања у радио или ТВ емисије, података о тиражу новина, рејтинзима ТВ емисија итд.

НАСТАНАК И РАЗВОЈ МАСОВНОГ КОМУНИЦИРАЊА

- Медијски услови за настанак и развој масовног комуницирања створени су Гутенберговим проналаском штампарске пресе са помичним словима средином 15. века.
- Тек почетком 19. века штампа постаје први медиј масовног комуницирања, након што су испуњени бројни друштвени услови. Тада почиње штампање новина и књига у тиражима од неколико десетина, а убрзо затим и стотина хиљада примерака.

ШТАМПАРСКА ПРЕСА СА ПОМИЧНИМ СЛОВИМА



- Развој масовног комуницирања наставља се проналаском филма крајем 19. века и открићем електронских мас-медија, радија и телевизије, у првим деценијама 20. века.
- Средина 20. века може се узети као тренутак дефинитивног уобличавања масовног комуницирања као облика комуникационе праксе.

МЕДИЈИ МАСОВНОГ КОМУНИЦИРАЊА

- Четири друштвено најприсутнија и најутицајнија медија масовног комуницирања су:

ШТАМПА



ФИЛМ



РАДИО



ТЕЛЕВИЗИЈА



ВИРТУЕЛНО КОМУНИЦИРАЊЕ

- То је нови облик комуникационе праксе који је настао крајем 20. века са појавом и развојем компјутерске мреже.
- Основна карактеристика виртуелног комуницирања је да укида разлике и интегрише својства интерперсоналног, групног и масовног комуницирања.

ОДЛИКЕ ВИРТУЕЛНОГ КОМУНИЦИРАЊА

- Виртуелно комуницирање временски може бити синхронно и/или асинхронно.
- Одвија се између субјеката који се просторно налазе на било ком месту.
- То значи да виртуелно може комуницирати било ко, било када и било где. Једини услов је приступ компјутерској мрежи.

- У виртуелном комуницирању могућа је реципрочна изменљивост комуникационих улога пошиљаоца и примаоца порука између свих субјеката комуницирања независно од броја учесника у интеракцији и чињенице да је комуницирање посредовано компјутерском мрежом.
- Неограниченим бројем учесника који могу остварити реципрочну изменљивост улога, виртуелно комуницирање превазилази интерперсонално и групно, а реципрчном изменљивошћу комуникационих улога превазилази масовно комуницирање.

БРОЈ УЧЕСНИКА ВИРТУЕЛНОГ КОМУНИЦИРАЊА

- Број учесника може бити једнак интерперсоналном комуницирању када комуницирају два или неколико корисника мреже.
- Осим тога, поруке могу бити упућене неограниченом броју корисника мреже.

НАЗИВ ВИРТУЕЛНО КОМУНИЦИРАЊЕ

- С обзиром да се овај облик комуникационе праксе одвија искључиво поредством компјутерске мреже, која мимо природне стварности ствара једну потпуно нову – виртуелну стварност у којој се комуницирање дешава, назван је виртуелним комуницирањем.

ДРУГИ НАЗИВИ ЗА ВИРТУЕЛНО КОМУНИЦИРАЊЕ

- Осим виртуелног комуницирања, за овај облик комуникационе праксе користе се и следећи називи:
 1. интерактивно,
 2. хиперактивно,
 3. универзално,
 4. тотално,
 5. дигитално,
 6. компјутерско и
 7. мрежно комуницирање.

ВИРТУЕЛНА СТВАРНОСТ



ВИРТУЕЛНО КОМУНИЦИРАЊЕ

ДИГИТАЛНЕ КОМУНИКАЦИЈЕ



ДИГИТАЛНА ПИСМЕНОСТ



НОВИ МЕДИЈ (КОМПЈУТЕРСКА МРЕЖА)



ИНТЕРНЕТ КАО ОСНОВА ЗА ГЛОБАЛНО КОМУНИЦИРАЊЕ



ЗАКЉУЧАК

- Виртуелно комуницирање представља размену порука посредством компјутерске мреже између две особе, више особа или неограниченог броја људи, са могућношћу реципрочне изменљивости улога пошиљача и примаоца, у реалном времену или асинхроно.

КОНТРОЛНА ПИТАЊА

1. Која је основна разлика између масовног комуницирања и осталих облика комуникационе праксе?
2. Дефинисати масовно комуницирање.
3. Које су основне особине масовног комуницирања?
4. Објаснити организацију масовног комуницирања.
5. Описати поделу улога у масовном комуницирању.
6. Која је основна карактеристика масовног комуницирања због које му се понекад оспорава статус комуницирања. Објаснити.

7. Објаснити настанак и развој масовног комуницирања.

8. Набројати четири друштвено најприсутнија и најутицајнија мас-медија.

9. Када је настало виртуелно комуницирање и која је његова основна карактеристика?

10. Које су одлике виртуелног комуницирања?

11. Које су варијације броја учесника виртуелног комуницирања?

12. Одакле потиче назив виртуелно комуницирање?

13. Који су други називи за виртуелно комуницирање?

14. Дефинисати виртуелно комуницирање.