

# KOMUNIKOLOGIJA

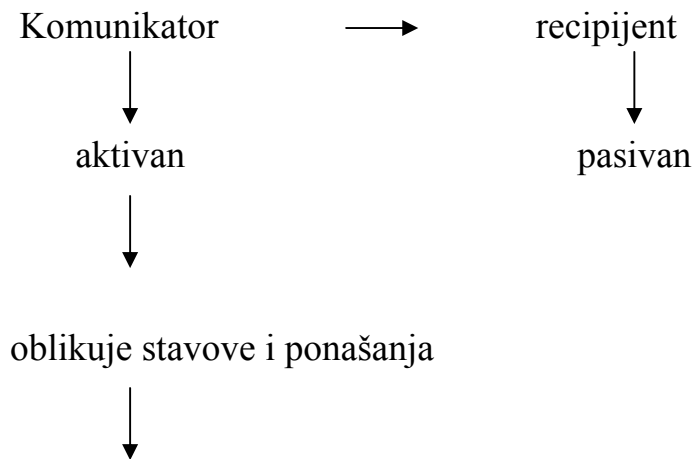
1. Objasnite što je dominantno komuniciranje
2. Objasnite pet osnovnih razina koje mora imati svaki komunikator na razini intersubjektivne i pragmatičke razine komuniciranja?
3. Objasnite Chaffov model komuniciranja
4. *Navedite literaturu prema kojoj ste pripremali ispitno gradivo (autor, naziv djela i nakladnik)?*

*Pismeni ispit traje 40 minuta.*

1. Svaki pošiljatelj poruke nastoji osigurati dominaciju i superiornost koja može biti fizička, gospodarska, psihička, misaona i kulturna. Pri tome svaki sudionik komunikacije procjenjuje svoju korist = vrijeme i energiju, koji su zapravo troškovi komunikacijskog ponašanja. označava odnose nadređenosti i podređenosti. Dominacija je nadmoć – nad partnerom, u skupini, klasi...uzurpiranje vlasti od strane jednog dijela društva i otuđivanje vlasti od drugih dijelova društva. Svi politički sustavi se temelje na dominaciji. Zbog očuvanja političke prevlasti nameće se ideološka i vjerska moć. Odnosi podređivanja nadopunjuju se: *mehanizmima koji uzrokuju rezignaciju i apatiju* (nadmoć režima, osjećaj neizbježnosti, poštovanje, strah pred autokratskim vladarom), *mehanizmima društvenih sankcija* (gubitak zaposlenja, ekskomunikacija, pad na statusnoj ljestvici), *mehanizmi represije* (zatvor, smrtna kazna).

2. Schramm – utemeljitelj matematičke teorije informacija  
Konstruirao persuazivni model javnog k.

U njegovom modelu proces komuniciranja je jednosmjernan.



naglašena važnost organizacije (inf. se tako kodiraju da dopiru do konzumenta u namjeri da kod njih razvijaju programirano ponašanje i uvjerenje).

3. U Chaffovom modelu komunikacija je proces izmjene misli između najmanje dvije osobe. Spoznaje se rađaju iz interakcija najmanje dvije osobe 3 tipa odnosa:

- Kad se obje osobe koje komuniciraju spoznajno pokrivaju
- Kad jedna osoba misli da su njeni stavovi jednaki stavovima druge osobe, ali nije potpuno sigurna (djelomično podudaranje) ili sukladnost
- Kad osoba točno zna je li ocjena stanja druge osobe identična njenom vlastitom stanju
- Komunikacijski akt je nemoguć u polju posve različitog iskustva, a u polju posve istog iskustva proces informiranja nije potreban
- Polje parcijalnog iskustvenog identiteta istinsko je područje komunikacijskog procesa
- Ovaj model ne opisuje sve karakteristike javnog komuniciranja.