

VIZUALNE KOMUNIKACIJE

1. Objasnite usmenu i pismenu predaju televizijskog diskursa?
2. Objasnite kodifikaciju i konvenciju znakova?
3. Nabroji i definiraj pet globalnih razina komuniciranja?
4. *Navedite literaturu prema kojoj ste pripremali ispitno gradivo (autor, naziv djela i nakladnik)?*

Pismeni ispit traje 40 minuta.

1. TV nije jednostavan medij i njezina se značenja ne priopćuju jednostavno. TV diskurs nije nepromjenjiv po svojoj prirodi i njegov je modus suprotan pisanoj logici. TV poruku vrednuje njezin kontekst, suprotsavljenost čimbenika, a ne deduktivni zahtjev silogizma. Kultura našega društva se sve do pojave TV-a uglavnom služila pisanim načinima. Bernstein iznosi teoriju o dva koda: ograničeni i razrađeni. Zadaća ograničenog je da pojača oblik društvenog odnosa (topao i obuhvatan odnos) , ograničujući verbalne naznake odgovora pojedinca. Razrađeni kod s druge strane, postaje sredstvom pojedinačnog odgovora. Prema Bernsteinu, TV se služi ograničenim kodom. Ograničeni kod je ograničen samo utoliko što ne zadovoljava potrebe pismenih, individualnih, prevladavajućih redova značenja. Postoji tendencija obezvređivanja raznovrsnih i često lokalnih dijalekata i kodova govora radništva i stoga ne čudi da i medij (TV) koji proizlazi iz načina takvoga predočavanja pojedini krugovi obezvređuju samo zbog toga. Razrađeni kod je omiljeni način diskursa pismenih nadziratelja i tvoraca kodova televizije, no njime se ne možemo lako služiti pri dekodiranju TV poruka jer taj kod ima sklonost ka apstrakciji. Taj kulturalni raskol u modernom društvu je zapravo raskol između vladajuće i podređene klase. No u TV mediju usmeni način percipiranja i prevladavajući pismeni način prvi put su stavljeni u međuodnos u jednome mediju koji djeluje na mase.

McLuhan razlikuje topli od hladnog medija. Jedno osnovno načelo razlikuje topli medij kao što je radio naspram telefona ili kinematograf naspram tv-a. Topli medij je onaj koji jedan jedini smisao proširuje do visokog određenja. Topli medij stoga traži nizak stupanj sudjelovanja pojednica, dok hladni traži visoko sudjelovanje ili dopunjavanje od strane gledateljstva. Zato je TV hladni medij jer gledatelj mora mnogo toga sam uraditi: ekran nudi puke metonime, a mi ih činimo smislenima. U dvije skupine mogli bi podijeliti pismene i usmene načine:

Usmeni: dramski, epizodni, mozaički, dinamički, djelatni, konkretni, prolazni, društveni, metaforički, retorički, dijalektički

Pismeni: narativni, slijedni, linearni, statički, umjetni, apstraktni, trajni, pojedinačni, metonimički, logički, jednoglasni.

2. Kodifikacija je način na koji se utvrđuju pravila ili konvencije, a ona naglašava činjenicu da je vrsta kodova s kojima radimo dinamična i da je kodifikacija, odnosno dekodifikacija trajan proces. Česta upotreba znaka čini ga ustaljenijim i proširuje broj korisnika koji su se sporazumjeli oko njegova značenja ili, drugim riječima, povećava se mogućnost da ga slično protumače različiti primatelji.

Primjer je bijeli šesir koji se s vremenom tumači kao označitelj dobrog kauboja, ali potom znak postaje kliše i gubi na snazi. U jednom trenutku znak postaje previše istrošen te ga primatelji doživljavaju kao isključivo određenog konvencijom, a ne stvarnošću - u toj točki znak prestaje biti djelatni i postaje kliše.

3. Komunikacijski procesi u društvu se zbivaju na dva komunikacijska nivoa: na intrapersonalnom (osobnom) i na interpersonalnom (međusobnom). Intrapersonalna komunikacija kao osobni proces očituje se u mitskom mišljenju i u umjetničkom i znanstvenom stvaralaštvu. Interpersonalni se komunikacijski procesi događaju u grupama gdje se ostvaruje tzv. dijadička i trijadička komunikacija. Iz mitskog karaktera komuniciranja, posebno ostvarivanjem vizualnih tehnologija komuniciranja, razvija se globalno komuniciranje u društvu, koje karakterizira pet komunikacijskih razina (na globalnoj komunikacijskoj razini):

1. Interpersonalna razina - primarne društvene grupe, obitelj...

2. Grupna razina - male komunikacijske grupe u lokalnim zajednicama

3. Institucijsko/orgnizacijska razina - hijerarhijsko komuniciranje: gospodarstvo, vojska, političke institucije...

4. Kategorijska razina- interesno komuniciranje : poljodjelci, mladež, sportaši, sindikalisti, novinari, grafičari, građevinari...
5. Masovno komuniciranje/razina masovnih medija - novine, radio, TV, novinske agencije... komuniciranje koje je usmjereno na širu javnost

Literatura:

- J. Fiske and J. Hartley: "Čitanje televizije", Barbat i Prova, Zagreb 1992.
J. Plenković i M. Plenković: "Društvo, znanost i tehnologija", Sveučilište u Rijeci, Građevinski fakultet, Rijeka, 1998.