

Масовни медији

Медиј (мн. медији; лат. Медиум = средство, средина) изостављамо више значења тог лексема и приклањамо се само ономе које је релевантно за нашу реторичку тему. *Медиј је средство и (усмени, писмени) начин исказивања чега, он је средство комуникације*, придјев му је медијски у значењу да припада и да се односи на медије; исти прилог (медијски) је у значењима: путем медија, помоћу медија; честа и незаобилазна синтагма *медијски рат*, што подразумева борбу мишљења с аргументима, но то је промицбена метода у политичке сврхе (у тиску, на радију и телевизији).

Масовни медији „хране“ атомизирану масу унифицираном и стереотипном политичком информацијом, хомогенизираном културом и масовном рекламом.

Под изразом масовни медији подразумевају се одређени скуп активности. То су формално конституиране институције: медијски системи, производне и емисионе станице, редакције и органа управљања који дјелују сукладно са законима било државним, професионалним или медијским. Они прикупљају, обликују и шире информације.

Масовни медији прије свега посредују актуалне догађаје али исто тако их могу стимулирати.

Циљеви масовног медија су¹:

- чување друштвене равнотеже и система вриједности
- одржавање стабилности система
- потицање развојних промјена
- одржавање размјене с околином
- стабилизирање структуре моћи
- хегемонија владајуће класе
- репродукција капитала

¹ НУХИЋ Мухамед, „Комуницирање од пећинског цртежа до интернета“ (стр. 264)

- производња медија
- стварање друштвених потреба
- духовна дјелатност

Ове циљеве масовни медији остварују обавјештавањем, убјеђивањем, наговором, стварају стереотипе, стварају своју слику стварности. Ту можемо нагласити тзв. „хипердермиц ефекат“, а то значи преувеличавање моћи масовних медија, али не значи негацију масовних моћи. Снага њихова утјецаја садржана је у равномјерности, учесталости и континуитету њихова дјеловања.

Дјеловање масовних медија реализује се кроз три основне функције: иманентне, социјализирајуће и функције друштвене активности. У иманентне спадају: информативна, оријентацијска и акциона. То значи да човјек прима информације из непосредног окружења тј. природног и социјалног.

У социјализирајућа функција проводи се укључивањем човјека у социјалне групе и системе, дјеловањем у смјеру његова прилагођавања друштвеним нормама и њиховим поштовањем. Све то почиње у примарној групи, тј. у обитељи и наставља се у читавој мрежи секундарних група и развија се све до глобалних друштвених цјелина. Класични масовни медији: тисак, радио и телевизија; телетексти, мобител, компјутор и интернет прате човјека на путу од куће до радног мјеста и обрнуто.

Они све више циљају на пажњу, а мање на вријеме, јер треба привуци пажњу човјека, а он ће се побринути да нађе вријеме. Међутим данас то вријеме које човјеку остаје након радног времена, обједна и куће може се рећи да је то мрвица слободног времена, а те мрвице нападају медији.

Денис Мц Куаил² друштво дијели на три основна модела: доминантни, плурални и елитистички. У сваком од ових модела позиција масовног медија је различита.

У *доминантном моделу*, у правилу медији су под контролом државе, односно политичке снаге која управља и држи власт.

У *плуралном моделу* комуникацијски систем није хомоген, не постоје доминантни центри утјецаја већ постоји више алтернативних центара, систем власништва над медијима је такођер плуралан. То је модел промјена.

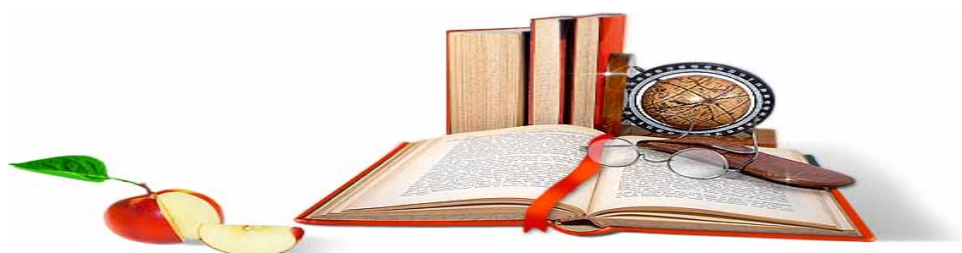
Елитистички модел је близак доминантном. Разлика је у томе што су центри моћи у рукама тзв. друштвених елита: интелектуалних, финансијских и тому слично.

² НУХИЋ, Мухамед, Комуницирање од пећинског цртежа до интернета, Сарајево, 2000., (стр. 266)

**---- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE
PREUZETI NA SAJTU WWW.MATURSKI.NET ----**

**[BESPLATNI GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI TEKST](http://WWW.SEMINARSKIRAD.ORG)
RAZMENA LINKOVA - RAZMENA RADOVA
RADOVI IZ SVIH OBLASTI, POWERPOINT PREZENTACIJE I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJALI.**

**WWW.SEMINARSKIRAD.ORG
WWW.MAGISTARSKI.COM
WWW.MATURSKIRADOVI.NET**



NA NAŠIM SAJTOVIMA MOŽETE PRONAĆI SVE, BILO DA JE TO [SEMINARSKI](#), [DIPLOMSKI](#) ILI [MATURSKI](#) RAD, POWERPOINT PREZENTACIJA I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJAL. ZA RAZLIKU OD OSTALIH MI VAM PRUŽAMO DA POGLEDATE SVAKI RAD, NJEGOV SADRŽAJ I PRVE TRI STRANE TAKO DA MOŽETE TAČNO DA ODABERETE ONO ŠTO VAM U POTPUNOSTI ODGOVARA. U BAZI SE NALAZE [GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI RADOVI](#) KOJE MOŽETE SKINUTI I UZ NJIHOVU POMOĆ NAPRAVITI JEDINSTVEN I UNIKATAN RAD. AKO U [BAZI](#) NE NAĐETE RAD KOJI VAM JE POTREBAN, U SVAKOM MOMENTU MOŽETE NARUČITI DA VAM SE IZRADI NOVI, UNIKATAN SEMINARSKI ILI NEKI DRUGI RAD RAD NA LINKU [IZRADA RADOVA](#). PITANJA I ODGOVORE MOŽETE DOBITI NA NAŠEM [FORUMU](#) ILI NA

maturskiradovi.net@gmail.com