

UVOD

Savremeni način života ruši mnoge stare okvire i predrasude i širi saznanje o potrebi što boljeg i potpunijeg informisanja čoveka o svemu što se zbiva u zemlji i svetu. Informacija tako postaje sastavni i sve prisutniji deo čovekovog života, odnosno njegova svakodnevna potreba, a jedan od osnovnih kanala za komunikaciju jesu mediji.

Danas kada se svet u svakom smislu menja, i kada se svi događaji u svetu dešavaju velikom brzinom postavlja se pitanje koliki uticaj na sve to imaju mediji, i kako bi svet uopšte izgledao da oni ne postoje. Nema sumnje da se istovremeno dešava paradoks u razlici vremena i društva, ako uzmemo u obzir vreme kada mediji nisu postojali, kada su nastali, i danas kada su se veoma razvili i globalizovali. Čak i kada mediji nisu postojali u savremenom smislu, postojale su razne forme propagandi, uglavnom vezane za ratove, dok su kasnije nastali razni plakati i javno oglašavanje tadašnjih bitnijih faktora na trgovima, kao i sam nastanak štampanih novina, a sve u cilju uticanja na ljude.

2. MEDIJI

2.1. Definisane pojma mediji

Pojam "medij" širi je od pojma "mediji masovne komunikacije". On se može definisati u nekoliko značenja. Različito se tumači s obzirom na naučno područje ili područje društvenog delovanja. U komunikacijskim naukama medij je u osnovi tehničko ili fizičko sredstvo pretvaranja poruke u signal koji se može poslati kanalom. Medij dolazi od latinske reči "medius", što znači "srednji", pa znači sredinu ili skup uslova u kojima se nešto događa (u smislu diskursa), osobu koja može biti posrednik između nečega i nekoga na spiritističkim i sličnim događajima, materija koja je nosilac energije bilo u konkretnom radnom procesu ili u duhovnom smislu, te sredstvo za masovno komuniciranje.

2.2. Mas-mediji

Pojam masovne komunikacije obuhvata vid komunikacijske prakse, u okviru koje se simbolima, značenjima i rečima, plasira poruka u prostoru i vremenu posredstvom medija. Korišćenje mas-medija za plasiranje informacija ima za cilj da upotrebom određenih simbola i značenja, jedan te isti sadržaj, simbolički uobličen u informaciju, odgovarajućim komunikacijskim tehnikama emituje simultano u širokom okruženju. Pored informativne, mas-mediji imaju i edukativnu (obrazovno-vaspitnu) funkciju.

2.3. Novi mediji

Novi mediji otvaraju nove mogućnosti odnosima s javnošću, i to ne samo u izboru i kombinaciji medija, već i u načinu kreiranja poruke i oblikovanja ponude. Pod nazivom novi mediji podrazumevaju se različiti informacioni i komunikacijski sistemi, a zajednička im je elektronska prenosna tehnologija. Primena novih tehnologija dovela je do ekspanzije mogućnosti komuniciranja sa ciljnim grupama. Mnogi od tzv. novih medija, već se primenjuju, dok su drugi u eksperimentalnoj fazi.

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

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: maturskiradovi.net@gmail.com