

## TEHNIČNA DEFINICIJA ZVEZDNIŠTVA

= zvezdnik je izvajalec v neki kulturni industriji, ki kroži v drugih medijih tudi kot zasebna oseba

- v medijih si ustvarja posebno identiteto – javno persono
- ti pomeni potem vstopajo nazaj v bodoče nastope v primarnem mediju
- so individualizirani družbeni tipi – istočasno posebni in navadni, dovolj tipični, da so dostopni in prepoznavni, toda obenem dovolj individualizirani, da so zanimivi in enkratni
- IDENTIFIKACIJA? Ne gre za neposredno identifikacijo z zvezdami, temveč za identifikacijo s svetom, strukturo občutenja, ki ga zvezda zastopa
- zvezde, osebnosti simbolizirajo, poosebljajo arktikuliran odnos do sveta za svojo občinstvo
- zvezde reprezentirajo ideal določenih skupnosti
- predstavljajo neke vrste svetovni nazor

Dvojni status zvezdnštva:

1. je blago, marketinški koncept (stabilizacija okusa, konstrukcija simbolnega produkta, ki vzpodbudi tržni uspeh)
2. je kulturni fenomen komunikacije (kot projekcija in utelešenje skupnostnih idealov)

## ZVEZDNIŠTVO, ZVEZDA

= nastopajoči v nekem mediju, v katerega figura vstopa v dodatne oblike kroženja in nato nazaj v bodoče medijske nastope

POGOJI ZA KULTURNO ZVEZDNIŠTVO:

- potrošna družba (proizvodni presežki)
- množični mediji (ki posredujejo podatke o zvezdi)
- industrializacija, ekonomizacija kulture, kulturiranje ekonomije
- rigidna ločitev dela in prostega časa (ločevanje med ekspresivnimi in instrumentalnimi vlogami)
- zaton lokalnih kultur in razvoj globalne kulture
- organizacija filmske industrije okrog blagovne produkcije in centralizacija nadzovanja proizvodnje
- naraščajoča družbena mobilnost, urbanizacija
- zaton tradicionalnih avtoritet
- nestabilnost posameznikov (samorefleksivnost, individualizacija)

## FENOMEN ZVEZDNIŠTVA

= rezultat kultiviranja ekonomije in ekonomizacije kulture

= rezultat industrializacije, rezultat moderne družbe

## KULTIVIRANJE EKONOMIJE

- razne vrste ekonomij se poslužuje kulturnih simbolov (dodana vrednost), da bi prodali izdelek (design, oglaševanje, estetika)
- tako se preoblikujejo v kulturne industrije
- vedno več se vlaga v design in oglaševanje in vedno manj v proizvodnjo

## EKONOMIZIRANJE KULTURE

- sinergija med kulturo in ekonomijo (primer MTV)
- prodaja glasbo, videospote
- tudi filme se promovira načrtno

## STRATEGIJE ZREDUCIRANJA RIZIKA

- PRESEŽNA PROIZVODNJA KULTURNI PRODUKTOV
- POMEN CIRKULACIJE
- HORIZONTALNA (če kupiš istovrstne tekmece) IN VERTIKALNA INTEGRACIJA (če je v firmi več dejavnosti)

- **FORMATIRANJE V KULTURNI INDUSTRIJI** (nek proizvod, ki se pojavlja v različnih kulturnih okoljih v različnih verzijah; formati so možnost lokalizacije)

- to so glavni razlogi, ki fenomen zvezdnitva pretvorijo v marketinško kategorijo