

# Proizvodnja slave („Producing celebrity“)

G. P.

U. Z.

# Trije pristopi k medijski in zvezdniški produkciji

- Kako lahko razumemo pojav zvezdnitva?
- Različni pristopi k medijski produkciji:
  - Organizacijski p. – vloga institucij, vpletenih v proizvodnjo in trženje zvezdnikov
  - Politično-ekonomski p. – dobičkonosnost medijske industrije
  - Post-strukturalistični p. – odgovornost medijskih institucij
- Zvezdnitvo je družbeni produkt

# Organizacijski pristop: vsakodnevno oblikovanje slave

- Sociologija medijskih organizacij
- Posveča se empiričnim podrobnostim vsakdanjega življenja – empirično delo
- Prikazovanje oseb kot konstruiranih in proizvedenih v institucionalnih kontekstih
- Joshua Gamson – *Claims to Fame: Celebrity in Contemporary America*
  - Vsakodnevno oblikovanje slavnih
  - Zvezdniki središče celotnega dogajanja

- 4 glavne skupine:
  - ❖ Različni posamezniki in podjetja, ki so vpleteni v produkcijo slavnih
  - ❖ Institucije namenjene zabavi
  - ❖ Novice in zabavne vsebine
  - ❖ Pomožne industrije
- Različne skupine, različni interesi
- 3 metode sociologije medijskih organizacij:
  - ❖ Opazovanje udeleženca
  - ❖ Pregled dokumentov
  - ❖ Izvajanje intervjujev

## Pregled dokumentov oziroma zapisov:

- Poudarek na dokumentih oziroma zapisih
- Zgodbe slavnih
- 6 glavnih elementov, ki jih vsebujejo zgodbe slavnih
  - Drama → zaplet, vrh in razplet okoli nekega dogodka
  - Stiska → prepreka, ki more biti prebrodena
  - Kriza → dogodek, ki poudari stisko
  - Mentorji → osebe, ki podajajo določena navodila
  - Neuklonljiv talent → sposobnosti, ki jih ima posameznik
  - Končna nagrada oziroma vrhunec → uspeh
- Poznavanje slavne osebe zgrajeno preko različnih stopenj

## Intervjuji:

- V članku predstavljeni trije intervjuji, ki jih je izbral Joshua Gamson, da nam pokaže, da trženje zvezdnikov ni lahko in nedolžno
- Lahko razkrijejo zanimiv vpogled v mišljenje in izražanje medijskih delavcev
- Konflikti med mediji in zvezdniki
- Vpletenost novinarjev znotraj publicistične organizacije
- Politična, ekonomska moč lahko vpliva na delo novinarjev

## Politično-ekonomski pristop: slavni kot sredstvo za obvladovanje tveganja

- Edward Herman → kritika organizacijskega pristopa in vplet politično-ekonomskega pristopa v medije
- Ekonomija ni samostojen pojem
- Medije analizira z vidika ekonomske, politične in kulturne dimenzije družbe
- V 60ih letih izoblikovane ključne teme povezane s politično-ekonomskih pristopom
- Theodor Adorno in Max Horkheimer → kritizirala kulturo slavni

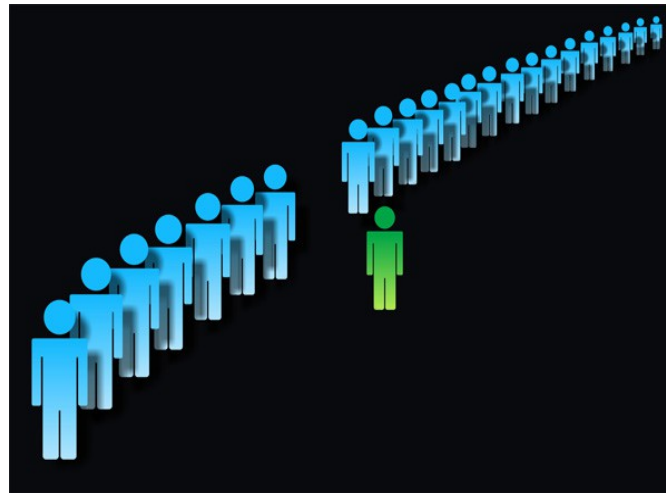
## Pristop kulturnih industrij

- Tip politično-ekonomskega pristopa
- David F. Prindle: Risky Business → predstavlja težave medijske produkcije
- Tveganja v medijski industriji
- Strategije pri ocenjevanju tveganja:
  - Metanje blata v steno: proizvodni dosežki
  - Obveščanje ljudi: pomembnost kroženja
  - Veliki dobijo več: integracija
  - Enaki, a drugačni: oblikovanje
- Zvezdniki so pomemben člen medijske produkcije



# Post-strukturalistični pristop: zvezdniki kot del diskurza

- Poststrukturalizem
- Celebrity and Power
- David Marshall - Michela Foucaulta
- Posameznikova identiteta  
VS  
kolektivna identiteta



# Foucaultov pristop

- MOČ!
- Moderno – staro (direktno, represivno)
- Razpršena, deluje v manjših stopnjah
- Država --> politične akcije
- Primarno deluje skozi diskurz
- Personalna moč VS kolektivna moč
- Kontrolirane množice (+ slavni ljudje)
- Racionalizacija / neracionalnost



# Vloga zabavne industrije

- Slavne osebe
- Posameznik?
- Emocionalna energija
- Blagovne znamke --> kje se najdem?
- Film / TV
- Razvita privatna „persona“
- Nadzorovanje množic!
- Vir moči? Kdo? Zakaj?

