

<p><b>Reprezentacija (Hall)</b> Tri teorije: 1. Reflektivni pristop (jezik poimenuje že znani pomen) 2. Intencionalni (ime pomena ima avtorja) 3. Konstruktivistični (Semiotični Saussure → langu-slovnica, parole-uporaba, beseda-označevalec, ideja-označenec; razlike med označevalci dajejo pomen) Diskurzivni Foucault → nič nima smisla zunaj diskurza) Miselna reprezentacija – konceptualni zemljevid; Lingvistični model. Proces, ki povezuje stvari, koncepte in znake imenujemo reprezentacija. <b>Kaj je diskurz (Vivien Burr)</b> Pomen označevalca odvisen od konteksta diskurza. <b>Diskurz je sistem trditve, ki sestavljajo objekt.</b> Mišljen je tudi kot referenčni okvir. <b>Vse v našem svetu je predstavljeno skozi jezik.</b> Med tem je tudi naša identiteta. <b>Diskurzi so skladen sistem reprezentacije, ki nam to ustvarijo preko jezika. Kako preučevati oblast (Foucault)</b> Oblast ne dela razlik med tistimi, ki jo izključno posedujejo in zadržujejo, in temi, ki je nimajo in se ji podrejujejo. <b>Individuum, ki ga je oblast konstituirala je hkrati</b></p>	<p>njen nosilec. Oblasti moderne družbe se izvajajo preko heterogenosti med javnim pravom suverenosti in polimorfni disciplinarni mehanizmom. <b>Družba normalizacije – disciplinarne normalizacije v vedno hujši konflikt s pravnimi sistemom suverenosti → potreben razsodniški diskurz</b> <b>Distincions (Gripsrud Jostein)</b> Zakaj ljudje izbirajo stvari ki so jim po statistiki všeč glede na njihov položaj v razredu. <b>Habitus – poklic in izobrazba, določa družbeni položaj, ki je v družbenih poljih.</b> Obstaja kulturni (slikarstvo), ekonomski (denar) in socialni (poznavstva) kapital. <b>Mediji igrajo veliko vlogo pri našem življenjskem stilu.</b> Gracian zapisal, da dober okus pomeni sposobnost, da se nekdo predstavi kot urejen človek v svetu, drugače zmožnost ločevanja med lepim in grdum. <b>Barbarski/osnovni in čisti/izobraženi okus.</b> Moderni materialist (denar, zabava), tradicionalni materialist (materialnost, varnost, preskrbljenost), moderni idealist (samorealizacija, umetnost), tradicionalni idealist (varčevanje, vera, varnost)</p>
<p><b>Popularna kultura kot druga visoka kultura (John Storey)</b> Modernistična revolucija – ustvarjanje nepopularne kulture, da se lahko elita izpostavi (manjšina, ki jo razume). <b>Socialne prakse kulturne potrebnje (ustvarjanje socialnih razlik).</b> Pomagajo ohraniti in legitimirati oblike moči in nadvlade (hierarhija okusa vrisana v hierarhijo družbenega razreda). <b>Televizijska kultura (John Fiske)</b> Dogajanje v poročilih (javne sfere) določa dejstvo, soap opere (zasebne) pa domišljija. <b>Strategiji obvladovanja: dve semiotični osi – paradigmična (selekcija in kategorizacija) in sintagmatska (kombinacija in narativizacija).</b> Galtung in Ruge – za prepoznavo dogodka kot news-worthy potrebno, da je aktualen, povezan z elitnimi osebami, da je negativen in presenetljiv.</p>	<p><b>Fiske in Hartley: Uklešenje (struktura poročanja, da bi odklonske dogodke uklestila v dominantni vrednostni sistem)</b> 3 stopnje: 1. prostor studijskega bralca poročil označuje njegovo ideološko kondornmnost 2. poročevalec – groba realnost/bralac novic – končna resnica 3. aktualni posnetki, glasovi, očividci. <b>Neosebna objektivnost studijskega bralca novic jamči njegovo resničnost – je primer ideološke prakse eksnominacije.</b> Taktika inokulacija (cepljenje) → radikalni glasovi nadzirano govorijo <b>A winter od discontent (John Hartley)</b> Elementi pripovedi novic: vizualne strukture – formalne lastnosti (bralac, dopisnik/komentator, filmska reportaža) <b>Prezentacija zgodbe (govoreča glava, grafike, imenovanje, aktualnost)</b> Institucionalni glas – nevtralni od bralcev novic, poročevalec in dopisnikov. Dostopni glas – glas ljudi, nikoli v kamero</p>
<p><b>Rethinking personalization infotainment (Myra MacDonald)</b> Informacija, ki cilja na zabavo se imenuje newszak (Franklin). <b>Zdaj je več infotainmenta, a je tudi ostalih stvari.</b> Porsonalizirane novice večkrat teme pogovora med ljudmi kot pa težke novice. Govorice še niso prebile na težke novice. 1. Personalizacija priskrbi le <b>efektivno ponazorilno pomoč novinarskemu glavnemu cilju ekspozicije</b> 2. Zmanjšuje informativne cilje tako, da zamenjuje s spektaklom in spodbuja vojarističen pogled 3. popelje nas v samo izkušnjo in ponudi <b>svjež vpogled v družbene in politične procese.</b> Pogoja za televizijsko pričevanje: Povezava med družbenim in osebnim (za gledalce) in izraz čustev in izkušenj. <b>Understavnind genre (Gill Branston)</b> Oznake žanrov se kategorizirajo po publiki, industriji medijev in njenih kritikov.</p>	<p>Razlike med žanrom umetnosti in zabave: realizem/eskapizem, pouk/željena izpolnitev, resne teme/trivialni problemi, površinska obravnava, težko/lahko, spiritualni in intelektualni odziv/telesni odziv, rafinirana in poučena oblika/vulgarna in poneumljena publika. Elementi za kino in televizijo: audio-vizualni elementi, pripoved, ideološki odnosi <b>Mediatizirani rituali (Simon Cottle):</b> Sumi rituala: 1. a/iracionalen – ideološko nejasen, lahko politično nevaren 2. najlažje viden kot anahronizem 3. opravljan kot družbeno nepomemben. <b>M.R. so tisti izjemni in performativni medijski fenomeni, ki služijo temu, da ohranjajo in mobilizirajo kolektivne čute in solidarost na ravni simbolizacije ter ohranjajo usmerjenost, kaj bi moralo biti.</b> Podkategorije: 1. Moralna panika 2. Prazmovalni medijski dogodek 3. Konfliktni 4. Medijske katastrofe (cunami) 5. Medijski škandal (elita) 6. Mediatizirane javne krize</p>
<p><b>Made in Britain/nots from the big country (Chas Critcher)</b> Cohen-ljudski hudiči in moralna panika → Mods vs. Rockers. <b>Trije koraki: pretiravanje, napoved in simbolizacija skozi jezik.</b> Hall in drugi → ropanje po Angliji, pojav M.P. 7 korakov: 1. pojav (obnašanje kot grožnja) 2. Media inventory (pretiravanje, napoved in simbolizacija) 3. Moralni podajalci mnenj 4. Strokovnjaki 5. Obvladovanje in reševanje 6. Fade away (umik) 7. zapuščina (posledice, zakon) Goode in Ben Yehuda – podajalci trfitev na medijskih arenah zelo pomembni. 1. Skrb (nad obnašanjem) 2. Sovražnost 3. Konsenz 4. Disproporcionalnost 5. Nestanovitnost (hitro) 3 modeli M.P.: 1. Grassroot – splošna javnost, 2. elite engineerred 3. interest group – srednji krog moči <b>Serijski morilci mačk (Gregor Bule)</b> Večja pomembnost tistim družbenim vrednotam, ki opravčujejo strikten družbeni nadzor nad socializacijo mladine. <b>Trije komaj polnoletni Tržičani več kot 40 mačk.</b> Kvadrat interakcij med</p>	<p>policijo, mediji, strokovnjaki in širšo javnostjo, manj politiki. <b>Konvergenca se pojavi, ko sta dve ali več dejavnosti povezani v procesu ustvarjanja pomena tako, da implicitno ali eksplicitno vlečemo paralele med njima.</b> Občinstvo ne vzame več vsega za suho zlato. <b>The moral panic (Angela McRobbie)</b> Moralna panika postala nek standardni odziv, a še vedno strategija varovanja vrednot in politike. <b>Pimer umora 2 letnika 2 10-letnika, primer seksualne m.p. zdravnica na strani otrok.</b> Razvil se je medijski blac-out. <b>Problema starejšega modela M.p: jasno ločevanje med svetom medijev in družbeno realnostjo (medijem ne pobeegnemo ko ugasmemo TV + ni družbene realnosti izven sveta reprezentacij)</b> Pravokotni model (mediji, agenti družbene kontrole, ljudski hudiči in moralni varuhi) je zamenjal novi, bolj raznolik in bolj tekoč niz inštitucij, agencij in praks, ki se včasih med seboj križajo.</p>
<p><b>Na televiziji (Pierre Bourdieu)</b> Nevidna cenzura – čas, tema, govorce omejeni, omnibus dogodki (zanimivi, a ne škoriajo ali razdvajajo mnenja, se ne dotaknejo ničesar pomembnega). <b>Prikrivanje s prikazovanjem → narediti neobičajno iz običajnega, boj za »scoop«.</b> Krožna cirkulacija informacij me dAFP, uradnimi viri, agencijami in drugimi novinarji. <b>Naglica in Fast-thinking.</b> Resnično lažne okrogle mize → stalni televizijski gosti, zaprt krog medsebojnih znanstev, zagovarjajo nasprotna stališča na konvencionalen način. <b>Navidezno/lažno resnične okrogle mize → vrsta cenzuriranih posegov: moderator je vsiljiv, nadzira in manipulira</b></p>	<p>Sestava omizja mora dajati vtis demokratičnega ravnovesja. <b>Nevidna struktura in njeni učinki: tržni delež in konkurenca (ekonomski boj za trg), banalizacijska sila (poudarek na omnibusnih temah in na preveliki moči novinarjev), boji v katerih odloča gledanost (časopisni nov. za tv, tv svojo oddajo), vpliv televizije (merjenje odzivnosti), kolaboracija (producer povabi nekoga in mu s tem da priznanje), pravila vstopa in dolžnost izstopa (ceno vstopa ohraniti ali zvišati, izstop krepi dolžnost)</b></p>
<p><b>Proizvodnja slave (Luthar Breda)</b> Sodobna slava lahko obstaja le v medijskih prezentacijah. <b>Zvezdnštvo je kulturni in ekonomski fenomen.</b> Preprodajne lastnosti filma: tipične žanrske oblike; posredovanje informacij; zvezdniška persona. <b>Zvezdniški sistem – Obstajajo filmi brez zvezd, ne obstaja pa filmska industrija.</b> Trije nivoji kulturne dobe: 1. Kultura, ki jo živimo 2. Kulturni artefakti, ki jih proizvajamo 3. Kultura selektivne tradicije, ki ju povezuje. <b>Fenomen slave je izraz preoblikovanja subjektivitete, ki jo je prinesla modernizacija, rezultati medijske vseprisotnosti in ne uspeha kje drugje.</b> Zvezdnštvo je moderna institucija in kulturni diskurz. <b>Zvezdnštvo in populistični egalitarizem: vsak izredni človek je v osnovi navaden in vsak običajnej je potencialno izreden.</b> Biografija idolov potrošnje ima dvojno simbolno vlogo: 1. kulturni indikatorji sodobnih družbenih razmerij in njihov rezultat</p>	<p>2. navodila za življenje v sodobni družbi. <b>Zvezdnštvo in abstraktna želja v kapitalizmu-zvezde so ljudje preoblikovani v blago.</b> Vzpostavljjanje in ohranjanje konkretnih razmerij moči mora biti vedno podprto s simbolnim, s proizvodnjo resnice. <b>V Sloveniji v zadnjih dveh desetletjih diskurz o izjemnih in slavnih in diskurz, ki dviguje običajno navadnega človeka.</b> Interakcija med sferami: 1. političnega, popularnega in zasebnega 2. politično strateško uprizarjanje politične identitete v sferi popkulture v medijih 3. nenačrtovane reprezentacija zasebnega življenja v novinarskih razkritjih, ki presegajo nadzorovano in zaželeno publiciteto. <b>Jana služi kot vir politične legitimnosti (pri Politiku doma).</b> Tri vrste popularne kulture (Frith): 1. Umetniški diskurz, 2. Popdiskurz 3. Ljudski diskurz. <b>V Sloveniji najprej zgodbe o herojih-politikih, nato o herojih simbolne produkcije. Jana v 80-ih etnično očiščena</b></p>

**Drama/Surveillance (Jonathan Bignell)** Melodramatični način ni niti razdiralen niti nazadnjaški. V resničnostnih oddajah sta zavezanost in domače okolje spremenjena v javno s preoblikovanjem prostorsko sestavljenega in umetno domačega okolja. **Tiranija kramljanja (Luthar Breda)** V TV novicah se srečujejo melodrama in informacija, politika in pop kultura, informiranje in razvedrilo, moraliziranje, preiskocanje in kramljanje. Spremembe televizijskega žurnalizma. Teletabloidi. Spremnjanje politike reprezentacije v novicah: »kramljajoč javni diskurz. Najpomembnejši vidik prehoda od objektivnega k subjektivnemu novičarskemu diskurzu – vloga bralca novic. Stake out → reporter poročča voditelju. Superprofesionalec-konflikt med voditeljsko zavzetostjo, vpletenostjo, tipičnostjo in med potrebo, da voditelj obenem konotira avtoritativnost in objektivirano nevtralnost profesionalnega sipervoditelja in avtoritativnost in nevtralnost institucije, ki jo zastopa.

**Producing celebrity (Hesmondhaldgh David)** Organizacijski pristop → intervjuji, opazovanje in izbiranje statističnih podatkov. Pomankljivost: ni primeren za razumevanje vloge medijev v družbi – manjkajo teorije in meritve dejanskih medijskih outputov; preveč usmerjen v opis določenih dogodkov. **Politično-ekonomski pristop → medije analizirati iz ekonomskih, političnih in kulturnih dimenzij družbe (pristop kulturnih industrij – metanje blata v steno, obveščanje ljudi, veliki dobijo več, enako a drugačni)** Post-strukturalistični pristop → biti slavna osebnost pomeni vrsto diskurzov, ki urejajo odnose med posameznikovo identiteto in širšo kolektivno identiteto **Zvezde kot družbeni fenomen (Dyer Richard)** Pogoji za zvezdnitvo: \* stanje zakona \* učinkovita birokracija \* strukturirana družbena ureditev \* obsežna družba (zvezde ne poznajo vseh, vsi poznajo zvezde) \* ekonomski napredek je pomembnejši od preživetja \* mobilnost družbe (v osnovi vsak lahko postane zvezdnik)