

# Množični mediji

## Mediji

---

Medij – lat. medium (sredina, nekaj vmesnega), sredstva s pomočjo katerih poteka komunikacija, ta nam posredujejo govorjena in pisana besedila, podobe ter glasbo.

Mediji v družbi ne delujejo izolirano, so v tesni medsebojni povezanosti, povezani so tudi z družbo.

**Medijski sistem** - je splet različnih komunikacijskih sredstev, ki so na voljo v določenem obdobju ter okolju, lahko sobivajo ali tekmujejo.

### Medijski sistem v Evropi

Tehnološki napredek in digitalizacija – spremenili medijska krajina. Kabelske in satelitske storitve ponujajo veliko kanalov. Širokopasovne povezave in spletne strani omogočajo distribuiranje. Mobilne platforme povezujejo naročnike med seboj, s TV in spletnimi storitvami.

Stari mediji ob pojavu novih ne izginejo. Čez čas se 'naučijo' sobivati.

Negotovosti glede prihodnosti (tehnološki razvoj medijev), pritisk na javno TV in radio – finance.

### MM vs. DM

MM v družbi prevladujejo. DM so vsebine medijev naredili bolj prisotne. Razlikujeta se po različnih modelih distribucije in vlogi občinstva.

## Tiskarska revolucija

---

Giuseppe Casanova – beneški avtor – Historie de ma vie (najbolj avtentičen vir o življenju v Evropi, v 18. stoletju).

**Tisk pred 1440** – Japonska, Kitajska – uporabljali že od 8. stoletja. Tiskali so z modeli – pismenke vrezali v lesen model. Tiskanje je bilo primerno za kulture z do 1000 ideogrami, ne pa za abecedo.

**Evropa** – 15. stoletje – Johannes Gutenberg – izumitelj tiska s premičnimi kovinskimi črkami. Okoli leta 1500 so tiskarne bile že v 250 krajih v Italiji, Nemčiji in Franciji.

**Vzhodna Evropa** – Rusija, Srbija, Romunija (cirilica)

Pismenost je bil privilegij duhovščine. Pismenost je bila pogoj za širjenje tiska. Revolucija tiska je odvisna od tehnološkega razvoja kulturnih in družbenih razmer. 1771 – 1. tiskarna v St. Petersburgu.

### Islam

Odpor do tiska. 1. tiskarna v Turčiji – 18. stoletje.

Širitev tiska je torej trajala od 8. do 18. stoletja.

Kratkotrajne posledice tiska – veliko informacij in vizualna kultura.

Dolgotrajne posledice – pomen znanja, kritika oblasti.

Izumu tiska sledi občutek preveč informacij (problem izbora, vrednotenja). Pisarji – nova tehnologija je prevzela njihovo delo.

## Elementi medijske sistema po revoluciji

---

### Fizična komunikacija

Oblast se je posvečala cestam (centralizacija Evropskih držav). Pojavi se potreba po hitrem prenosu ukazov iz mesta na podeželj. Družina Taxis v 16. stoletju ima pošto. 1490 – poštarji habsburških cesarjev delovali po rednem urniku.

Karel V – velik imperij, nenehno potoval. Uvedel poštni sistem s konji. Posta – lat. postajališče.

Filip II – sin Karla V. Vzdevek – papirni kralj. Ostajal na enem mestu, podpisoval dokumente, ki so prihajali iz vseh strani imperija.

### Govorna komunikacija

Pridiga – duhovnikova dolžnost. Razlikovali med pridigami – nedeljske, praznične, vsakodnevne... Katoliška cerkev je bila medij. Akademsko komuniciranje – univerza – predavanja, razprave, govori, deklamacije. Latinščina vztrajala do 18. stoletja. OŠ – latinščina.

Kavarne – novost takratnega časa. 16. stoletje – Carigrad (600 kavarn), 18. stoletje – London (500). Imele so različna občinstva in teme, tudi gledališke igre. Oblast jih je zaradi strahu nadzorovala.

### Pisna komunikacija

Firence (14. in 15. stoletje) – šole za trgovce in knjigovodje. Pismenost laikov je bila tam razširjena. Luteranska cerkev na Švedskem je letno pregledovala gospodinjstva – branje. Novoveška Evropska družba – omejene pismenosti. Plemiči so ugotovili, da se njihova vloga pri sprejemanju odločitev manjša. 17. stoletje – upori, peticije, pritožbe.

Pred tiskom – latinščina, po vzponu – ljudski jeziki (prevod Biblije). Francoski kralj ukazal, da se dokumenti pišejo v francoščini, ne več v latinščini.

### Vizualna komunikacija

Lesorezi – 14. stoletje (podoobe Novega sveta, svetnikov). Razvoj politične karikature. Zemljevidi – 1472, kasneje Atlasi.

### Javni spektakli

Obredi, predstave, igre, balet, opere, procesije, bitke, usmrtitve. Karnevali – parodije vladarju. Gledališče – ob praznovanjih. V 16. stoletju – gledališča v Londonu, Parizu, Madridu – kasneje poklicni igralci in vstopnine.

## Prepletanje medijev

---

Starejši in mlajši mediji sobivajo. Rokopisne novice – oblika rokopisa, pošiljali na naslove bogatih ljudi. omogočale kroženje informacij, ki jih je oblast želela prikriti. Cenzura – najpomembnejša dejavnost Evropskih držav in Cerkva. Cenzurirali so gledališke predstave, slike... Index librorum prohibitum – katalog knjig, ki jih verniki niso smeli brati (Petarca, Boccacio)

Tiskarji so knjige dali brati strokovnjakom, ki so odobrili ali zavrnili tiskanje. Inšpektorji zaplenili in sežgali prepovedane knjige. Zanimanje za prepovedano je naraslo. Uvedli so tajno komuniciranje, pojavi se pornografija, uporaba šifer, razvoj posebnih jezikov, izmišljena mesta tiskanja, tihotapljenje preko meja, psevdonimi.

Znanje je postala dobičkonosna dejavnost. Razvoj oglaševanja (za spodbudo prodaje knjig). Zamisel o intelektualni lastnini – tisk portreta in biografije avtorja.

## Tisk in reformacija

---

Izraz javno mnenje še ni obstajal. Mnenje ljudi je bilo pomembno, saj ga je oblast želela zatreti. Tisk je spodkopaval monopol cerkve. Ni še bilo standardnega Nemškega jezika, to je prekinil Luter, ki je pisal v bolj splošnem jeziku. Število bralcev je narastlo, njegovi spisi so bili bolj prodajani. Skupaj z Biblijo je standardiziral Nemški jezik.

### Ameriška revolucija (1776)

Veliko funkcijo so imeli časopisi, podpirali boj za neodvisnost.

### Francoska revolucija (1789)

Začne se z zahtevo po svobodi tiska. Veliko bralcev in novih novic. Večina Francozov je bila nepismenih, zato so vključili govorno komuniciranje. Javni spektakli – usmrtitve, praznovanja – kazala na demokratičnost. Po revoluciji se Francija vrne v pred revolucionarni čas (Napoleon), moč medijev preživi. Do leta 1789 je bil tisk v Evropi družbena sola. V vzhodni Aziji je bila kultura tiska bolj razvita kot v Evropi.

## Elektronski mediji

---

Razvoj medijev v času industrijske revolucije je izboljšal življenjske pogoje. Razvoj novih oblik komuniciranja, znanje se prenaša tudi na socialno prikrajšane. Ob koncu 19. stoletja proučijo množico, ta postane del splošnega izražanja. 20. stoletje – potrošništvo, veleblagovnice znak velemest, 1. v Parizu. Poveča se pomen oglaševanje. Revolucija transporta – železnica, parnik, radio, fotografija, film. Para omogoči hitrejše tiskanje časopisov.

Radiofonija – 19. stoletje, velja za vrhunec komuniciranja, uporabljali na odprtem. Radijski bum – po 1. svetovni vojni, mnogo oddajnikov, države regulirale delovanje radioamaterjev – omejitev frekvenčnega spektra.

Frank Conrad – 1. radijska postaja v ZDA (KDKA), leta 1930. Imel je oddajnik doma, predvajal glasbo iz plošč. 1. oglaševanje na radiu – oglaševal trgovino s ploščami.

1923 – prodali po milijona radijskih sprejemnikov. Pojavijo se močne radijske mreže – individualne mreže propadejo. Oglaševanje je za močne radijske mreže ključno, v ZDA temu sprva nasprotovali.

BBC – 1922 – monopol po odločitvi vlade, kot edina radiofuzna organizacija. Ženevski načrt za Evropske valovne dolžine. Sovjetska zveza – 1. oddaja 1919.

## Razvoj digitalnih medijev

---

Pred kamero – ideja, da bi svet upodobili takšen kot je. Camera obscura (temna soba) – osnova razvoja kamere. Evropska renesansa razvije nov način upodabljanja. Pred renesanso upodabljali glede na pomen.

Niepce – heliografija (pisava sonca), prve fotografije iz življenja

Talbot (London) – kalotipija (srebrov nitrat, negative prenašal na papir)

Daguere (Francija) – daguerotipija

George Eastman – 1888 – Kodak, preprost aparat, uporabljal vsak, po uporabi poslali v njegovo tovarno, razvili slike, poslali nazaj.

Brata Lumiere – začetnika filma, 1. dokumentarec (1895) – Prihod vlaka na postajo. V Franciji predstavila kino, leto kasneje v Londonu film. Odkrila občinstvo in ustvarila nov medij.

George Melies – Potovanje na Luno. Oče iluzije in igranega filma.

## Začetki TV v Sloveniji

Nipkow – 19. stoletje – izum mehanske naprave

Anton Codelli – 1. TV podoba. Patent – prenos slik na daljavo – 1928. Odkupilo podjetje Telefunken. Naprava je prenašala žive podobe. Problem – selen kot prenosnik svetlobe, moral razviti poseben svetlobni ojačevalec.

## TV po svetu

Anglija . 1925 (grobi obrisi), Nemčija 1952 (kasneje zaradi Nacizma)

RAVAG – prvi program s slikamo (ljudje kupili projektor, za mesečno naročnino pošiljal 440 ilustracij, doma projecirali na steno).

V Berlinu so razvijali svoj sistem, TV ni več stvar individualnih izumiteljev (pokopalo), ampak korporacij. 1928 – RAVAG – Radio za oči, prodaja sprejemnikov. Codelli je leta 1929 sestavil svojo TV napravo. Berlin demonstriral 4 TV naprave, razlika v velikosti slike. Codellije v sistem je bil spirala selenskih celic, prednost je bila večja jasnost slike.

Po 2. svetovni vojni TV v Sloveniji izumijo še dvakrat. Inštitut za elektro veze, TV laboratorij. LJ – televizijska skupina, poskusno oddajanje iz Zagreba (1957). Kasneje prenašajo nogometne tekme.

## Začetki radija v Sloveniji

Marij Osana – 1924 – oddajnik, oddaje. Država kupi oddajnik zaradi svetovne vojne. Nadzor nad oddajniki = nadzor nad programom. Politika je na radio gledala kot na velik tehnični napredek.

## Hladna vojna in komercializacija medijev

---

Pomen propagande se spremeni. Idejo med ljudmi je mogoče uveljaviti na miren način. Vzpostavi se svetovna hegemonija ZDA – mednarodni sprejem ameriškega načina življenja.

1960 – železna zavesa, neuvrščeni (1961 - Beograd).

Nemčija in svet so os 1961 do 1989 razdeljeni na komunističen vzhod in demokratičen vzhod.

ZDA in Rusija – politiki želeli javno mnenje pridobiti na svojo stran, vplivali na medijske vsebine.

Jugoslavija leta 1948 prekine zvezo z Sovjetsko zvezo, postane vodilna v gibanju Neuvrščenih. Radio, TV in časopisi imajo močno platformo za propagando. Ameriška politična propaganda – izdaja za zabavo, uspeh propagande – pogosto ostala neprepoznana. Teorije zarote – za nasprotovanje ZDA je kriva organizacija, ki jo vodi Moskva. Bivše komuniste prisilili, da izdajo svoje kolege, če ne so oni prišli na črno listo. Po sovjetski zmagi nad nacizmom v vzhodni Evropi, je sledil velik tehnološki razvoj, povečalo se je domoljubje, na ZDA pa so gledali kot na imperialističnega sovražnika.

V državah vzhodno od železne zavesa je bila ameriška kultura pozitivno sprejeta. ZDA so vodile kulturno diplomacijo, ki naj bi ljudi odvrnila od komunizma, posledice pa bi bile sprejem ameriške kulture v modi, glasbi in na TV. Pop vsebine je financirala CIA, preko organizacij, ki so služile kot krinka. Radio – dobro orožje za prekomorsko propagando. Glasba – sredstvo, ki bo povečalo priljubljenost ameriškega načina življenja.

## Raba TV

---

Med vojnama okolje ni bilo dojemljivo za medij televizije. Po 2. sv. vojni, je nakup TV pomenil naraščajoč življenjski standard. TV so sprva gledali v skupinah. Japonska – ulična TV, draga, prvi prenos – boksarska tekma. Japonska TV financirala iz naročnine, neodvisna vendar odgovorna vladi. Kasneje plače rastejo, cena TV se manjša. Popularna tudi na podeželju. Socialno življenje ljudi je postalo bolj enako.

TV vodila pri razvoju vsebin – Francija TV videla kot pozitiven instrument kulture, Nemčija želela ohraniti visok standard javne TV. Japonska – lastne žanr nanizank – »domača drama«. BBC postane bolj provokativen, Japonska in britanska javna TV vodita razvoj.

V 70. pride do zahteve po multikulturalizmu, etnične manjšine se obrnejo proti elitam in zahtevajo enakopravnost. BBC postane bolj tržno usmerjen, razlika med javno in zasebno TV se zmanjša. Prevlada ameriške TV, oddaje poceni, dobre, po svetu kupovali kot polnilo programa. Japonska uvažala. Časopisi so TV težko konkurirali, razen na Japonskem, kjer so cveteli. Tam so bili lastniki časopisov ustanovitelji zasebnih TV. Časopisi so imeli nekako zanesljivost, TV ni imela zaupanja občinstva. V Evropi pride do krize časopisov, upad prodaje. V 60 letih – vzpon nacionalne kinematografije – Hoolywood ogrozil vzpon TV. Kasneje se TV in filmska industrija povežeta.

## Konvergenca

Konvergenca je zmanjševanje razlik, ki delijo nekaj enotnega. Pride do prenosa nadzora nad ekonomijo in mediji. Nadzor se prenese iz nacionalnih vlad na multinacionalne korporacije. Vlado izberemo na volitvah, lastnikov korporacij pa ne.

## Izključevanje občinstva

---

V 70 letih izgine politični dnevnik Daily Herald, ne zaradi pomanjkanja občinstva, ampak ker so bili bralci ocenjeni kot neprimerni za večanje prihodkov od oglaševanja. Oligopoli – večina svetovne filmske in TV produkcije, kabelskih in satelitskih kanalov, založb knjig, časopisov. Danes v rokah 50 družb (Disney, Sony...) Kar polovica ameriških.

S sateliti se je začel problem piratstva programov in filmov. Širokopasovne povezave in internet, uporabnikom omogočajo interaktivnost. Warnerjeva globalna prisotnost – CNN postal vodilni satelitski informativni program. Tabloidi – vpliv novinarskih vrednot, medijske kulture... Ogrožena tradicionalna vloga novinarja – urejevalci informacij, izgubljajo avtoriteto, kredibilnost.

Razlike med tehnologijo, konvergenco in internetom odpravlja lastništvo več vrst medijev. Kritika interneta – preplavilo ga je oglaševanje. Pozitivno – sam način komunikacije, oblikovanje skupnosti, ovira monopolne oblasti medijskih gigantov, družbeni mediji, spletni aktivizem (internetne demonstracije - hackerji), deljenje lastnine.

Razvoj novih medijev – razvoj poslovnih modelov, participativnih rab občinstva. Monetizacija interneta – 1. prodaja občinstvo gledalce, 2. ustvarja čustvene vrednosti.

## Vloga medijev v družbi

---

Mediji so osnova vsake družbene komunikacije, vedno se razvijajo novi - nikoli ne izrinejo starih. Možnosti, da se nova tehnologija razvije v nov medij so odvisne od družbenih okoliščin in pričakovanj ljudi. Tehnologija je del medija, ta pa je informacija in njen nosilec. Radiofuzni radio je skupaj s tehnologijo, programom in institucijo medij. Medij pa je dominantna raba tehnologije.

MM so enosmerni. Radiofuzija je sistem oddajanja iz ene točke in z množico prejemnikov. Razumevanje MM temelji na razvoju znanosti in tehnologij. MM ljudi povezujejo, vedno delujejo v družbenem in kulturnem kontekstu, oblikujejo javno mnenje.

## Mediji kot oblikovalci javnega mnenja

---

Politična vloga medijev – obveščanje o skupnih zadevah, na osnovi katerega se oblikuje javno mnenje – pogoj za delovanje sodobnih družb. Politični akterji vplivajo na množice MM, nadzirajo informacije in mnenja.

## Slavko Splichal

Narava javnosti se v 19. in 20. stoletju korenito spremeni - naraščajoča komercializacija, prepletanje države in družbe. Svoboda tiska nekoč – zasebne, javne organizacije so oddajale program na osnovi licenc, ki jih je podeljevala vlada. Svoboda tiska danes – v 80tih – hitre tehnološke in družbene spremembe. MM, ki so bili podvrženi regulaciji, so postali močan partner političnih

akterjev, zagotavljali so podporo elitam oblasti. 19. stoletje – tajnost, cenzura (cilj – preprečiti kritiko države, vladarja, oblastnih institucij, vpliv na javno mnenje), glavne metode – propaganda, PR.

Duhovna in materialna cenzura – omejevati izzivalne, vznemirljive, kritične teme in ideje. Metode – duhovna cenzura = prepoved, materialna cenzura = denar (plačati moraš, da lahko imaš svobodo govora).

Svoboda tiska – drugače misleči imajo vlogo pri spremembah. Svobodna konkurenca – vsak lahko pove, kar hoče, pod pogojem, da bo donosno, dovolj gledano in brano. Manjšine so obsojene na molk (lahko bi zmanjšale naklado). Merilo pomembnosti je komercialna uspešnost. Častniki so nekoč bili organi javnega mnenja in ne posredniki novic. Svoboda tiska je pomenila svobodo izražanja. Načelo objektivnosti je danes zaradi dobička, urednike je strah, da bodo izgubili bralce, oglaševalce... Objektivnost ne prispeva k demokratičnosti medijev.

Zaupne informacije so negativen pojav – »off the record«, nekaj časa jih ne smejo objaviti (embargo). Posledica – državljani medijem ne zaupajo več.

**Tradicionalna tržna ekonomija** – varuh individualizma. Novodobni korporativno kapitalizem proizvaja ekonomske neenakosti. Komercialni mediji – sužnji tega. Če nastopaš kot kupec si za medije nekaj vreden. Danes so mediji politične institucije in komercialna podjetja. Politično komuniciranje je podrejeno komercialnim medijem, javno pa se spreminja v potrošništvo.

Svoboda tiska je svoboda bogatih, zato se namesto svobode tiska uveljavlja ideja pravice do komuniciranja kot temelj človeških pravic.

Williams: bistvo javnega komuniciranja je pravica do le-tega. Sestavljena je iz aktivnega dela (pravica sporočati) in pasivnega dela (pravica sprejemati sporočila). Pravica do komuniciranja je omejena na pasivni del, pravica do sporočanja pa ostaja privilegij lastnikov medijev, ne pravica.

Klasična teorija ima 4 temelje javne radiotelevizije:

1. Funkcije – 3 funkcije: Izobraževanje, informiranje, zabava,
2. Okusi – služi različnim okusom,
3. Dostopnost – zagotavljati mora univerzalno dostopnost svojih programov na celotnem ozemlju države, kakovost signala mora biti povsod na enaki tehnični ravni,
4. Manjšine – zagotavljati mora ponudbo za manjšine (etnične, jezikovne, verske in starostne).

Usoda javne TV – po monopolu je sledila liberalizacija, ter globalizacija (Hollywood, Bollywood, telenovele...) in individualizacija. Prevladujejo globalne korporacije – PRIM (Venezuela, nadzira večino medijev)

## Socialni oz. participativni mediji

---

Socialni mediji – širokopasoven dostop do interneta, hiter prenos podatkov, v slo jim rečemo družbeni mediji, saj omrežje delimo z drugimi člani družbe.

Opredelimo jih v 6 kategorij:

1. Skupinski projekti (Wikipedia),
2. blogi, mikroblogi (tumblr),
3. skupnosti ustvarjalcev vsebin (youtube),
4. družbena omrežja (facebook),

5. virtualni igričarski svetovi,
6. virtualni socialni svetovi.

Preteklost – mediji za pasivno potrošnjo, ni bilo možnosti, da bi ustvarjali medijske vsebine in se izražali. Socialni mediji so nasprotje – povezovanje, deljenje vsebin. Oprema je postala (cenovno) dostopna.

3 vrste osvoboditve:

- vsebine,
- programske sheme,
- vsak lahko utvari broadcast quality.

### Socialni mediji - spremembe

Namizno založništvo – majhne organizacije, ki same izdajajo revije. Glasba – 1 človek lahko ustvari radijsko postajo, oprema je poceni in dostopna, nastajajo novi žanri. Video – poceni oprema, ljudje samo snemajo, delijo z množico. Film in TV – neodvisna filmska produkcija, nastajajo novi žanri, kratki filmi, malezijska kinematografija, Nollywood (nigerija). Tehnologija postaja hitrejša in cenejša. Dvojnost interneta – mediji ga razumejo kot potrošniški trg, ljudje pa kot sredstvo za komuniciranje. DIY – nova vrsta medija. Hackerji – v 70. letih je pomenilo človek, ki se spozna na računalnike in sprejema hackersko etiko. Medijski hacker – vizionar, dela z različnimi mediji. Ne zaupajo v vsiljene omejitve, so kritični do monopola. Whistleblowers – izdajalci v podjetju (idej, projektov, zamisli...)

1. Problem 1 - Zaradi njih so ogroženi knjižni, časopisni in glasbeni založniki. Velike medijske družbe ne bodo izginile, ampak mutirale v nekaj drugega.
2. Problem 2 - Lastništvo socialnih medijev, ljudje z znanjem lahko uspejo (FB),
3. Problem dostopa – majhen del populacije dostopa do interneta, digitalna ločnica.
4. Problem 3 – piratstvo, kopiranje, plagiat. Vprašanje o lastnini. Tatvina, plagiat.
5. Problem lokacije – ne vemo točno kje so elektronski mediji locirani.

Dobri pirati – založniki neodvisnih časopisov, računalniški hackerji, imetniki, površno spoštujejo zakonodajo o načelu avtorskih pravic. Slabi pirati – kriminalci, finančni cilji.

Creative Commons Licenca – rešitev dilem glede uskladitve interesov avtorjev ter skupnosti glede na materialnost (nemogoče ločiti kopijo od izvirnika).

CC licenca – ustvarjalcem nudi enostavna in dostopna pravna orodja, ki varujejo avtorja.

### Mediji v kritični teoriji

---

Kulturo razumemo kot presežek, namenjamo ji premalo sredstev. Vsaka družba ima svoje medije, ti določajo kulturo. Družbe se razvijajo, so kompleksnejše, njihove funkcije prevzamejo MM.

Osnovne poteze kritične teorije

Inštitut za sociološke raziskave v Frankfurtu (1923), usmerjenost v raziskovanje ne poučevanja. Niso se povezovali s politiko, raziskovali so ideološke spremembe, ki so spremljale vzpon kapitalizma, pomembno vlogo ima tehnologija. Osredotočili so se na

razumevanje kulturnih pojavov, kot odsev družbenih dogodkov. (kulturo lahko razumemo kot nek kodiran jezik družbe, ki ga je moč razvozlati s pomočjo kritične analize). Althusser – umetnost je simptom, ni globine, vse je na površini. Nasprotuje razumevanju kulture, kot nekaj zvišenega. Poudarek na vzajemnem odnosu med kulturo in družbo. Danes – množično ustvarjanje na spletu, uporaba že narejenih vsebin. Umetnine izražajo objektivnost družbene tendence, neodvisno od ustvarjalca. KT pravi, da kultura presega družbo, je nekakšna sila upora proti pritiskom družbe.

Kritika Jazza, Adorno, 1936. Poznal je komercialno, ne manj popularno različico Jazza. analiziral ga je kor obliko popularne glasbe. Kritika – jazz glasbeno gibanje naredi prostorsko, ne časovno. Poteza množične kulture – spremljanje mitskega ponavljanja namesto zgodovinskega razvoja. Negativen odnos do glasbe. Kritika fetišizma . družba se osredotoča na samo en aspekt, iz enega dela celote naredi fetiš. Fetišizacija glasbe:

1. na ravni produkcije glasbe – pretirana obdelava, uvajanje učinkov,
2. na ravni percepcije – poudarek na zvezdah, pomembno je, da si na pravem koncertu, kot, da poslušáš dobro glasbo.

Poslušalci poslušajo tisto, kar so že slišali – strah sprememb. Analiza radia: ponavljanje – razlog za uspešnost radia.

**Walter Benjamin** – razlikuje od dominantne kritične teorije, razlikuje med dvema vrstama izkušnje – integrirane in atomistične. Poudarek na avri – enkratni pojav, ki obkroža originalno umetnino, daje avtentičnost. Nedostopnost je bistveni element avre umetnine. Ko delo mehanično reproduciramo, izgublja svojo avro, ker postane dostopna vsem, funkcija umetnosti se spremeni, ne temelji več na obredu, ampak na politiki, njeno vrednost nadomesti upodabljajoča vrednost.

Slabost KT – teza o medijski manipulaciji, mediji na nek način res manipulirajo z nami, vendar če bi res, zakaj se bi ljudje prostovoljno pustili manipulirati. Benjamin pravi, da imamo od tega korist.

## Kulturna industrija

---

Temeljno delo kritične industrije razvije pojem kulturna industrija. Množična kultura ni demokratična. Adorno in Horkheimer zavračata Benjaminovo tezo, da je popularna umetnost zabava, verjela, da je kulturna industrija hujša, kotu surove metode dominacij prejšnjih obdobj. Mediji v kulturni industriji – širjenje tehnologij, film, radio... ustvarjajo lažno skladnost posameznega in občega. Množična kultura je identična. Razlike med mediji so samo navidezne, potrošniki ne morejo sprejeti ničesar, kar ni vnaprej klasificirano. Avtomatizem:

1. Produkcije – nič ni več skrito, svet je prikazan skozi filtre kulturne industrije, film podvaja empirične elemente,
2. Zaznave – domišljiji in mislim ne dopuščajo svobode.

Nekdaj nezdržljivi elementi kulture, so zdaj združeni v kulturni industriji (konformizem). Medijske vsebine so sestavljene iz obljud. Zabava je podaljšek dela, vse gledalčeve reakcije so predpisane. Po 2. svetovni vojni, ima kritična teorija večji vpliv na ameriško kulturo, pa tudi na Evropo.

## Osnove semiologije

---

Semiologija . veda o znakih oz. vsem kar lahko služi v komunikaciji (besede, podobe). Opisuje odnose med znaki in pravila, ki določajo njihovo uporabo. Ne zanima je pomen, vendar kako nastaja pomen. Pojem je postavil Charles S. Peirce, utemeljil pa ga je Saussure. Strauss je preučeval primitivne kulture v povezavi s semiologijo. Strukturalizem je metoda, ki je v rabi v semiologiji, vsak element znotraj kulture dobi svoj pomen iz odnosa z vsakim drugim elementom. Strukturalizem in semiologija se ukvarjata s simbolnimi in komunikacijskimi dejavnostmi ljudi. Semiologija analizira sisteme pomenov, kjer je najmanjša enota znak in se osredotoči na njegov pomen.

Bistvo semiologije (Saussure) – znak je sestavljen iz 2 delov – označevalca (podobe, zvoka) in označenca (koncept, ki ga predstavlja). 1. odnos med označevalcem in označencem v jeziku je popolnoma poljuben, 2. pomen besede izhaja izključno iz njene razlike do drugih besed v znakovnem sistemu. Vsak jezik ima svoj niz razlik, ki tvorijo pomen.



Saussure je preučeval strukturo jezika kot sistema, jezik je ločil od konkretnih predmetov. Pierce in Saussure sta ugotovila, da mnogi znaki nimajo konkretnih predmetov, na katere bi se nanašali. Vsi znaki so pridobili pomen s ponavljajočo se, naučeno uporabo.

Charles S. Pierce – 3 kategorije znakov:

1. Simboli (besede)
2. Ikonični znaki – označevalec je strukturno podoben označencu, da bi prepoznali podrobnosti, se moramo tega naučiti.
3. Indeksični znaki – vključujejo eksistenčno povezavo med označencem in označevalcem, znak temelji na materialni povezavi. Fizično prisotnost označenca je nemogoče preveriti, ne da bi bili prisotni tam, kjer je nastala podoba.

Semiologija omogoča, da prepoznamo načine produkcije in kombinacije znakov, ki jih opravlja določena vrsta medija.

Ronald Barthes ločuje denotacijo (1. red pomena, dobesedni pomen) in konotacijo (sekundarni, prenesen pomen).

## Osnove medijskih študij

---

Kulturne študije so osnova medijskih študij. Pojem kultura je političen, to je način življenja v industrijski družbi, ki zajema vse aspekte socialne izkušnje. Kulturne študije proučujejo nastajanje in kroženje pomenov v industrijskih družbah. Osnovni vplivi marksizma, strukturalizma, etnografije, psihoanalize in semiologije.

Temeljne predpostavke:

1. Pomeni in ustvarjanje pojmov so neločljiv del družbene strukture
2. sodobne družbe so razdeljene družbe (po razredih, spolu, rasi, naciji, religiji, izobrazbi). Družba je kompleksna mreža skupin.
3. Družbene odnose določa družbena moč (dominantni – podrejeni razredi)
4. Ideologija – prizadevanje dominantnih razredov za naturalizacijo njihovih pomenov, nikoli ne potek a kot zavestna akcija.
5. Strukturalizem – realnost lahko dojamemo samo skozi jezik

Louis Althusser – v svoji knjigi pravi, da ideologija ni statični niz idej, ampak dinamični proces, ki se stalno spreminja.

Ideološki aparati države (IAD) – družbene institucije (družina, izobraževalni sistem, politični in pravni sistem, mediji), v teh institucijah se ideologija obnavlja s tem, kako ljudje ravnajo.

Represivni aparati družbe – (policija, sodstvo) državljanse silijo, da ravnajo skladno z družbenimi normami, razvile so se v interesu teh, ki so imeli družbeno moč, danes se kažejo kot edine možne.

Družbene norme – pristranske v prid določenih razredov. Zahodne države danes posegajo po nasilju in represivnih aparatih. IAS so avtonomni, opravljajo ideološko delo, so patriarhalni. Predstavljajo se kot družbeno nevtralni.

Interpelacija – delo jezika in medijev, je predpostavka, da je sleherni jezik del družbenih odnosov. Hegemonija – ideologija je proces, ki stalno poteka. Hegemonija se nanaša na ideološko in politični, nasprotno od vojaške moči na drugo državo.

Naslavljanje je proces v katerem jezik identificira in konstruira družbeno pozicijo za naslovljenca.

## Večpomenskost

---

Stuart Hall (v enkodiranje, dekodiranje) pravi, da medijske vsebine nimajo samo enega pomena, ampak so odprti teksti, ki jih lahko različni ljudje različno berejo. Obstaja nujna odvisnost med družbeno situacijo, v kateri se ljudje nahajajo in pomeni, načinom kako razumejo medijske vsebine.

Teorija prednostnega branja – medijske vsebine ponujajo niz pomenov, vendar so ti vedno le prednostni, ne morejo pa biti vsiljeni. Hall predpostavlja 3 bralne strategije, ki se oblikujejo glede na 3 socialne položaje, ki jih ljudje zasedajo v odnosu na dominantno ideologijo:

1. Dominantno – dober položaj v družbi, vladajoča ideologija deluje v njihovo korist, sprejemajo jo za svojo, medijske vsebine sprejemajo brez pomislekov,
2. Opozicijsko – slab položaj v družbi, se ne strinjajo z vladajočo ideologijo, ne strinjajo z medijskimi sporočili, iščejo druge,
3. Pogajanja – večina ljudi, srednji razred, vladajoča ideologija delno deluje v prid, delno v škodo, vsebine sprejemalo, iščejo tudi druge.

Akcijska detektivka – ideologija se kaže v moškosti, žanr je moški. Moški spol je stvar narave, moškost pa kulturna konstrukcija. Oblikovanje moškosti – Ojdipov kompleks (otrok zavrne željo po materi, tekmuje z očetom, z njim se identificira, dobi moško avtoriteto, cena je občutek krivde, zaradi zavrnitve matere in stalno zatiranje ženskih lastnosti, ki ogrožajo moškost). Moškost je treba vedno znova pridobiti, ogrožajo jo družbene sile in nestabilnost, zaradi zavrnitve matere. Pojavi se odgovornost, moško moč je potrebno uporabiti v prid šibkih, če je uporabljena za osebne koristi, postane negativna.

Junaki v parih – dopušča intimnost. Ženska intimnost proizvaja odvisnost para, lahko ogrozi moško neodvisnost.

Dominantno branje – družbena pozicija je usklajena z dominantno ideologijo.

Pogajano branje – pozicija občinstva se ne ujema z dom. ideologijo. Ženske gledalke akcijski detektivki bodo fizično privlačnost razumele kot zaščito šibkih, ko bodo zavrnili žensko, pa bodo na to gledale kot na sredstvo ohranjanja in nudenja zaščite.

Opozicijsko branje – najstnik v fazi zanikanja avtoritete, bo nasilje razumel kot upravičeno moškost tudi takrat, ko ni v rabi za zaščito šibkih.

Heteroglosija (Mihail Bahtin) analizira razliko med heteroglosnimi, večglasnimi besedili, ki nosijo mnoge glasove podrejenih skupin in mnogoglosnimi, homogenimi, ki nosijo le en glas prevladujočega.

Večpomenskost (Valentin Volosinov) – teorija pravi, da je glavni pomen znaka družben kontekst njegove rabe. Primer: Nigger.

## Tekst, kontekst in osnove etnografije občinstva

---

Etnografske raziskave občinstva izhajajo iz spoznanja o večpomenskosti medijskih vsebin. Začetki raziskovanja publike radia in TV v 30 letih.

2 raziskovalni področji:

1. RTV ustanove in oglaševalci se zanimajo za meritve občinstva,
2. raziskovalci proučujejo gledanje TV v smislu funkcij.

Peter Coller – opravil poiskus, snema gledalce pred TV, analiziral kako gledajo TV, pogosto sploh niso, vedno delali nekaj druga.

Davim Morley – analiziral kako gledalci gledajo TV, izbral različne socialne skupine. Analiza je pokazala podobnosti med skupinami.

Fiske – keko brezdomci gledajo TV, redko gledajo javno TV, raje imajo filme kasetah, izbirajo nasilne, pri gledanju nasprotujejo dominantni ideologiji oz. prednostnem branju, radi imajo ko negativci škodujejo avtoriteti.

Angela McRobbie – študija spremenljivosti meja med TV in drugimi oblikami kulturne izkušnje. Proučevala odnos najstnic do plesnih nastopov. Mladenke so nagrajene če s svojo lepoto in talenti nudijo ugodje moškimi. Dekleta v plesu najdejo nekaj kar nasprotuje patriarhalni hegemoniji, utrjuje njihovo subkulturo in drugačnost.

## Madonna

---

Tv in kritiki njen uspeh pripisujejo seksualni manipulaciji, da služi denar na drugačnih skupinah, kot so geji in najstnice. Kritiki pravijo, da se množično občinstvo (najstnice in geji) ne zaveda, da industrija z njimi manipulira. Madonna na nek način vseeno izrablja erotizem. Primerjajo jo z Marilyn Monroe – svoj uspeh dolguje moškimi. Opozicijsko branje – če se njene fenice aktivno odločajo, da jo poslušajo in imitirajo, to pomeni, da v njen najdejo pomene, ki so povezani z njihovo izkušnjo. Njen izgled je mesto upora. Kulturne študije – 1. Etnografija občinstva – proučuje kaj fenice dejansko počno, 2. tekstualna analiza – branje medijskih vsebin

Ko se najstnice začno zavedati svoje ženskosti, patriarhalna ideologija vzpostavi kontrolo nad njihovimi identitetami in odnosi. Fantje imajo nad Madonno drugačno reakcijo, seksualno je bolj privlačna za dekleta, kot za fante. Je seks ikona, tudi sovražstvo se nanaša na njeno seksualnost. Like a Virgin – kaže obvladovanje lastne seksualnosti – pa naj bo poslušalka mati, prostitutka... Črno-bel video – devica ob enem tudi spolno aktivna. Ženska svoj pomen dobi šele v pogledu moškega. Uporablja tudi religiozno ikonografijo, ne zaradi svetoskrunstva, vendar zaradi pomena in užitka. Material girl – image utemeljila na Marilyn Monroe, imitira njen nastop Diamonds are a girl's best friend. Njeno igro z moškimi, in da njihovi dragulji nimajo kontrole nad njo (dragulji = moški), ampak ona nad njimi. Na koncu izbere revnega snubca, ki je bogataš oblečen v reveža. To je kritika materializma. Sama se predstavlja tako, kot, da ima nadzor nad procesom nastajanja lastne podobe. Vključuje pretiravanja s šminko, nakitom, religioznimi znaki... Nosi perilo namesto oblačil, jemlje potrošniške izdelke in jih reciklira – praksa urbane kulture. V videih neprestano kaže dekletom, da lahko same kontrolirajo pomen svoje seksualnosti. Playboy jo je razglasil za Boy toy – fantje njenje igrače – Material girl.

Like a Prayer – kontroverznost – v perilu hodi po cerkvi, s poljubom obudi črnega svetnika – reši iz zapora, zaradi zločina, ki ga ni storil.

Justify my Love – MTV videa ni hotel predvajati. Open Your Heart – sama gleda, kako drugi gledajo njo. Zavrača običajne spolne strategije, daje priložnost homoseksualnosti, upodablja zelo feminilne moške.

3 ravni medijskih vsebin:

1. primarna vsebina – nastane kot del kulturne industrije in je njen sestavni del (film),
2. teksti, ki nastajajo v okviru kulturne industrije kot refleksija (kolumne, kritike, trač),
3. teksti, ki jih običajno samo proizvaja, njihov govor o TV, filmu (pisma bralcev).

Ženske študije

Vplivi:

1. filmski študiji (80ta) – pod vplivom se je začelo preučevanje reprezentacije žensk na TV
2. feministična kritika (60ta) – začetnica Simone de Beauvoir (The Second Sex)

Esencializem – predpostavlja, da obstaja neka notranja ženska narava.

Antiesencializem – to zanika in vztraja, da so razlike kulturne, torej povod jezika.

Danes malo feministk vztraja pri taki razliki, raje govorijo o ženskih vrednotah, ki se razlikujejo od moških. Priznavajo, da so vrednote družbeno konstruirane in ne prirojene. Veliko feministk meni, da lahko spolne vloge menjamo. Seksizem je še prisoten – znak, da družbene spremembe niso dovolj.

3 raziskave (esencialistične pozicije):

1. Esencialistična kritika – prva kritika ženskega proučevanja medijev, enakost namesto podrejanja. Temelji na analizi vsebin. Prva oblika je analiza z vidika števila in vrste ženskih vlog. TV reprezentacija žensk je odraz dejanskih ženskih življenj. Zapravljivke, fatalke, žrtve. Seksualnost je lahko škodljiva. Pomen kritike – prikaže prevladujoče podobe žensk v popularni kulturi, pomanjkljivosti, ideja, gledalke so prazna tabla na katero TV vpisuje svoje podobe.

2. Marksistična feministična obravnava medijev – TV je kapitalistična institucija, ženske prikazuje kot potrošnice, kot skupina so predmet manipulacije. Lilian Robinson – obravnava razmerje med podobami žensk na TV in dejanski položaj žensk v družbi. Resnične ženske ne sprejmejo vsega, kar jim prikažejo mediji. Ženske na TV pogosteje uspejo v svoji karieri kot ženske v družbi.
3. Radikalni feminizem – kritika TV, da uporablja tradicionalno družinsko življenje, kot rešitev za vse probleme, vsiljeno heteroseksualno parčkanje in neskladje med poroko v fikciji in resničnem življenju. Carol Aschur pravi, da je ženska moč odločanja omejena na moške (npr. denar).  
  
Soap opere – 2 mita: mit Amerike (vsi so pripadniki srednjega sloja) in mit družine. Glavna je družina, ženske so večinoma gospodinje, moški so uspešni.
4. Post-strukturalistični feminizem – želi preseči kategorijo spolne razlike. Prikaže kako se naučiti, biti to kaj kultura imenuje »ženska« in to kar imenuje »moški«. Gender – spol kot kulturna kategorija, sex – kot biološka kategorija.

Lacan – spolnost lahko razumemo samo v domeni spolnega, ne pa kot naravo. Subjekt privzame svojo identiteto glede na falos, ga ima/nima. Ta identiteta je določena simbolno. Spolna razlika je vnaprej določena ločnica.

Laura Mulvey – Hollywoodski filmi temeljijo na nizu 3 pogledov, ki zadovoljijo moško željo. Pogled kamere, ki snema situacijo, v glavnem moški, potem pogled moških likov v zgodbi filma, ženska pa je objekt njihovega pogleda in pogled gledalcev, Gledalec se mora poistovetiti s pogledom kamere, torej je to pogled iz 1.in 2. pozicije. Ženske so v klasičnem filmu fatalke.

Glavna postopka s katerima Hollywood konstruira svoje gledalce:

Voajerizem – oblika skopofilije, ugodje v tem, da gledaš druge pri spolnem odnosu