

Opis predmetov za program Komunikologija - Medijske in komunikacijske študije

1. letnik		
Zap. št.	Predmet	Vsebina
1	Odnosi z mediji	Predmet študente uvaja v sodobno prakso odnosov z mediji. Uvodoma obravnava zasnove odnosov z javnostmi, novinarstva in oglaševanja ter njihove medsebojne odvisnosti v obdobju tradicionalnih možičnih medijev (tisk, radio in televizija). Nato preide v čas strateškega komuniciranja v omrežni družbi in novih zasnov medijskega (so)delovanja. Predmet pozitivno in kritično obravnava vzroke in posledice strateške medijske reflektivnosti za posameznike, organizacije in družbo kot celoto.
2	Komunikološki raziskovalni seminar	Namen predmeta je seznaniti študente s konkretnim raziskovalnim procesom. Študenti spoznajo primarne in sekundarne raziskovalne vire, različne metode zbiranja podatkov, njihove značilnosti in omejitve ter raznovrstne metode za analizo empiričnih gradiv tako s področja kvantitativne kot kvalitativne metodologije. Največji poudarek predmeta je na zasnovi raziskovalnega vprašanja in njemu prilagojene metodologije. Predmet na ta način kombinira kvalitativne in kvantitativne pristope, pri čemer seznanja študente s ključnimi raziskovalnimi koraki: izbor teoretsko zasnovanega raziskovalnega problema, identifikacija raziskovalnih vprašanj, načrt analize in interpretacije podatkov, zbiranje podatkov na terenu, generalizacija oz poglobljena interpretacija rezultatov in izdelava raziskovalnega poročila. Ključni poudarek predmeta je, da študente izobrazijo v branje, razumevanje, razlago in kritično evalvacijo raziskav iz izbranega področja.
3	Televizijske študije	Izhajajoč iz kulturnega pristopa k evoluciji televizije kot tehnologije in sistema reprezentacij se predmet osredotoča na temeljne koncepte, forme, prakse in funkcije v razvoju televizije. Proučuje razvoj programiranja, industrijske in institucionalne strukture, regulacije, občinstva, tehnoloških inovacij in kulturnega pomena televizije skozi čas. Predmet bo vzel pod drobnogled tudi spremembe v osrednjem televizijskem času, ki so predvsem posledica novih medijev in kabljskih kanalov. Predmet bo izpostavil formalne vidike televizije in razvoj žanrov, ki so osrednjega pomena za televizijsko pripovedovanje zgodb: situacijske komedijev, drame, resničnostne televizije in drugih.
4	Medijski praktikum 3	Predmet je namenjen pridobivanju praktičnih znanj in veščin s področja medijske in kulturne produkcije. Področja poučevanja bodo vključevala video produkcijo, avdio produkcijo, blogge, vloge, podcaste, fotografijo tako v studiu kot na terenu, kreativno pisanje in druge. Pri predmetu sodeluje ekipa uveljavljenih strokovnjakov z različnih področij, ki bo skušala poglobiti veščine študentov na omenjenih področjih. Predmet je oblikovan modularno.
5	Novinarska zgodba in	Predmet se bo osredotočil na novinarsko zgodbo in upovedovanje kot specifično obliko množičnega komuniciranja.

	fotografija	Novinarska zgodba je specifična novinarska vrsta v klasifikaciji novinarskih žanrov, ki uporablja tehnike naracije iz leposlovja in jih aplicira pri novinarskem delu z namenom popularizacije in individualizacije posameznih dogodkov in kompleksne stvarnosti. Novinarska naracija v obliki pisne komunikacije je nadgrajena s fotografijo kot dodatnim elementom pripovedništva s specifičnimi pravili, zgodovino in umestitvijo v novinarsko delo in medijski prostor.
6	Mediji, komuniciranje in družba	Ta predmet izhaja iz interdisciplinarne in teoretične perspektive in primerja izbrane ključne teorije komuniciranja, da bi razumeli in se kritično opredelili do simbolne in materialne moči medijev. Predmet je osredotočen na premike od množičnih na mrežne medije in iz nacionalnih na globalizirne procese komuniciranja. Primarni poudarek seminarja bo posvečen vprašanju, kako medijske in komunikacijske industrije igrajo osrednjo vlogo v oblikovanje popularne kulture in politike v sodobni družbi. Predmet bo tematiziral, kako so transformacije komuniciranja prispevale k strukturnim spremembam družb in subjektivitet in se ukvarjal s pomembnimi pristopi, ki ponujajo razmislek o teh spremembah. Delo pri seminarju je razdeljeno na dva dela. V prvem delu ponuja selektiven uvod v ključne teorije komuniciranja. V drugem se ukvarja z medijskim komuniciranjem, kulturo in družbo glede na teoretična in praktična vprašanja kulture, moči, individualnega delovanja in politike.
7	Alternativni mediji	Z razmahom uporabe spleta in družbenih omrežij so se povečale možnosti za državljansko participacijo. Preučevanje alternativnih medijev predmet postavlja v kontekst globalnega vladovanja, naraščajoče komodifikacije množičnih medijev in vzpona družbenih gibanj. Pozornost je posvečena razmejitvi pojmov, kot so alternativni mediji, radikalni mediji, skupnostni mediji, mediji državljanov idr. V ospredju je opomenjanje alternativnega, kontrastiranje alternativnega z mainstreamom in premislek razmerij med alternativnim in javnim. Predmet se obenem analitično loteva izbranih empiričnih primerov alternativnih medijev ter spodbuja študente in študentke k njihovemu soustvarjanju.
8	Mediji in kolektivni spomin	Medijski in popularnokulturni teksti postajajo primarni oblikovalci kolektivnih spominov v sodobnih družbah in odigrajo ključno vlogo pri predstavljanju preteklosti širšim množicam ljudi. Predmet analizira načine, na katere ti teksti in prakse predstavljajo zgodovino in z njo upravljajo. Pri predmetu se bomo ukvarjali s komunikacijskimi oblikami kot sredstvi reprezentiranja in konstruiranja preteklosti, pri čemer bomo poleg medijskih tekstov (od popularne in klasične literature, filmov, dokumentarnih filmov, novinarskih tekstov, glasbe, stripov in plakatov do popularnih nadaljevank) obravnavali tudi oralne tradicije, komemorativne ceremonije, rituale in telesne prakse, spomenike in muzeje. V tem oziru bo predmet študente seznanil z različnimi rabami spominov, npr. za namene oblikovanja nacionalnih, rasnih, verskih itd. skupnosti in identitet. Zanimalo nas bo, kako družbe danes oblikujejo svoje javne spomine oziroma kako medijske in druge kulturne reprezentacije upravljajo s preteklostjo za namene sedanjosti. Drugi del predmeta bo bolj praktično naravnani in bo namenjen kritični analizi konkretnih primerov konstrukcij spomina in kolektivnih identifikacij. Proučevali bomo kolektivne, javne oblike spominjanja in ritualne procese vzdrževanja slovenske skupnosti. Pri tem delu predmeta bomo obravnavali primere politike spomina, ki so še posebej pomembne za oblikovanje kulturnih svetov, v katerih živimo (npr. germanizacija, druga svetovna vojna,

		socializem in spomini na komunizem, Jugoslavija itd.). Pomembnejši vsebinski sklopi in koncepti, ki bodo predstavljeni, so: odnos zgodovina/kolektivni spomin/individualni spomin, politika spominjanja in pozabljanja, medijsko upravljanje z zgodovino in popularne zgodovine, medijska invencija tradicije in kolektivnih identitet, nacionalizem kot komunikacijski proces.
--	--	---

2. Letnik		
Zap. št.	Predmet	Vsebina
1	Magistrsko delo	Predmet sestoji iz individualnega dela s študenti. Namenjen je pomoči in svetovanju v vseh fazah pisanja magistrskega dela: od izbire teme, opredelitve problemov, postavljanja hipotez, operacionalizacije ključnih pojmov, metod zbiranja podatkov, izvedbe raziskave, analize zbranih podatkov, interpretacije izsledkov do končnega urejanja besedila.

Izbirni predmeti modula Komuniciranje, digitalizacija in družba		
Zap. št.	Predmet	Vsebina
1	Medijske industrije	Predmet kritično obravnava prakse medijske produkcije, promocije in distribucije ter razmerje med medijskimi in kulturnimi institucijami na eni strani ter posamezniki v medijski industriji na drugi. Predmet se osredotoča na različne produkcijske vidike sodobne medijske kulture, pri čemer bomo izhajali predvsem iz perspektive kulturnih in komunikacijskih študij. Ta pristop zagovarja nujnost analize medijskih struktur z upoštevanjem kulturnih in tekstualnih vidikov, saj kultura hkrati konstituira in reflektira odnose moči. Predvsem skozi koncept kulturne ekonomije ta pristop poudarja, da so tudi ekonomski procesi in prakse odvisni od pomena in da imajo specifične kulturne pogoje obstoja. Obravnavani bodo torej procesi kulturalizacije ekonomije, od makro procesov globalizacije do mikro procesov v posameznikovem delovnem okolju. Osredotočili se bomo tako na tehnične omejitve v produkcijskih procesih (kako narava posameznih tehnologij oblikuje medijsko vsebino) kot tudi na komercialne in ideološke omejitve (kako poklicne ideologije in rutine vplivajo na vsebino medijske in popularne kulture).
2	Retorika javnih diskurzov	Predmet predstavi retorične mehanizme javnih diskurzov: prek teorije retorike, retorične kritike in kritične analize diskurza izvaja analizo javnih diskurzov na področjih politike, medijev, novinarstva, oglaševanja, odnosov z javnostmi in civilnodružbenih gibanj. V okviru teorije javnosti je predstavljen multidimenzionalni profesionalni in institucionalni kontekst javnih diskurzov. Diskurzi so posebej obravnavani v političnem, gospodarskem, kulturnem in civilnodružbenem okolju. Prikazano je sodobno pojmovanje retorike, t. i. »nova retorika« (C. Perelman, S. Toulmin, K. Burke), ki rekonstruira integralni model klasične retorike ter ga interdisciplinarno nadgrajuje s povezovanjem z relevantnimi družboslovnimi in humanističnimi disciplinami. Prikazana je »retorična kritika« kot metoda analize, ki se

		povezuje s kritično analizo diskurza. Z vprašanjem o statusu retorike predstavlja polemiko med modernističnimi in postmodernističnimi pristopi k javnim diskurzom (J. Habermas, M. Foucault, J. Derrida, E. Laclau). Vprašanje vrednostnih sodb (profesionalne, pravne, moralne, kulturne vrednote in norme) obravnava na eni strani prek modela diskurzivne etike, ki omogoča testiranje njihove veljavnosti, na drugi strani pa prek kritične analize diskurza, ki jih predstavi kot ideološko lepilo dominantnih diskurzov, ki se borijo za hegemonijo. V tem okviru so obravnavane teorije argumentacije, naracije, diskurzivnih žanrov in konstrukcije identitet. Navedeni teoretski in kritično-analitični elementi so obravnavani prek študijskih primerov aktualnih lokalnih in globalnih javnih kontroverz, v katere so vpleteni politični diskurzi, korporativno komuniciranje, civilnodružbene pobude itd. Študentje pripravijo seminarsko nalogo, v kateri analizirajo izbran primer kontroverznega javnega diskurza.
3	Etnografija digitalnih medijev	Predmet postavlja digitalne medije v širši družbeni kontekst tistih, ki jih uporabljajo in onih, ki so z uporabo povezani. Pri tem predpostavlja, da potrošnja tehnologij poteka znotraj različnih diskurzov, v katerih so tehnologije oblikovane, zato je usmerjen na zgodbe, ki jih pripovedujemo o objektih in skozi katere sporočamo pomene in vrednote o tehnologijah. Tak pristop pomeni, da tehnologijo razumemo kot družbeni artefakt, ki je tesno povezan z vsakdanjim življenjem posameznikov v danem družbenem okolju, času in zgodovinskem kontekstu. S pomočjo etnografskih metod se predmet analitično osredotoča na konstrukcijo in primerjavo različnih kulturnih kontekstov, pri čemer razvija vpogled v prakse in izkustva, stvari in odnose, dogodke in družbene svetove. Teoretska in metodološka izhodišča predmeta pa nadalje omogočajo tudi primerjalno analizo na ravni lokalnih, nacionalnih, medkulturnih in globalnih okvirov.
4	Multikulturalizem, rasizem in komuniciranje	Predmet analizira spremembe komuniciranja v sodobnih družbah globalizma in multikulturalizma. Študij se posveča obravnavi konceptov komuniciranja z ugotavljanjem relacij do vprašanj kulturne avtonomije in generacij človekovih pravic. Pri obravnavi multikulturalizma predmet presoja odnose med večinskimi in manjšinskimi kulturami in ugotavlja variacije mono- in multikulturalizma teoretično in empirično. Vprašanje je, koliko interkulturalizacija pomeni udeležanje policentrične kulture in spoštovanje kulturne različnosti oziroma koliko prinaša adaptacijo, integracijo in asimilacijo. Ukvarjali se bomo s proučevanjem procesov hierarhizacije kultur v historični perspektivi in z ugotavljanjem razrednih, etničnih in spolnih delitev v sodobnih interkulturnih interakcijah. Vpeljali bomo koncept rasizma, preučevali sodobne procese kulturalizacije rasizma in ugotavljali učinke na (ne)enakosti. Procese rasizacije družb predmet misli zlasti skozi problem »institucionalizacije rasizma«.
5	Kritične študije tehnologij	Predmet se osredotoča na specifične in družbene kontekste produkcije in potrošnje raznoterih tehnologij in materialnih objektov, pri čemer tehnologije ne razume zgolj kot objekte v svoji materialnosti, ampak proučuje njihove socialne, kulturne in simbolne dimenzije. Predmet skuša identificirati kulturna ozadja in ideološke predpostavke pri produkciji, dizajnu in potrošnji tehnoloških artefaktov, skozi katere se reproducirajo družbene neenakosti na ravni spola, razrednosti, etničnih in drugih razlik. Študenti se na ta način seznanijo z različnimi primeri družbene in kulturne konstrukcije tehnologij z namenom, da bi identificirali in kritično reflektirali tudi sodobna

		tehnološko posredovana družbena razmerja, odnose moči in kulturne prakse.
6	Medijska semiotika	Predmet v okviru sodobnih medijskih študij predstavi glavne teoretske tokovne sodobne semiotike, nato pa prikaže, kako semiotiko uporabiti kot metodo analize vsebine medijskih sporočil v katerem koli mediju in kodu, ali govornem, zapisanem, slikanem, ujetem z mikrofonom, kamero, digitalno montiran ali animiran. Usmerjen je na tisto področje medijskih študij, ki se ukvarja z »branjem« oz. podrobno interpretacijo pomena medijskih tekstov in diskurzov. Po opredelitvi osnovnih semiotičnih elementov - znaka, označevanja, znakovnih sistemov (Saussure, Peirce) - so predstavljeni problemi medijske naracije, žanrov in intertekstualnosti (Barthes, Eco). V okviru pragmatike in kritične teorije diskurza pa performativna razsežnost medijskih diskurzov kot simbolnega delovanja. Predstavljena je teorija multimodalnosti (Kress, van Leeuwen), ki je posebej aktualna za analizo novih, digitalnih medijev, ker le-ti lahko sporočajo hkrati v mediju besedila, podobe, zvoka, videa itd. V širšem kontekstu medijskega spektakla je predstavljena dinamika »simbolnih bojev« med dominantnimi in subverzivnimi medijskimi diskurzi, tj. neprestanega spopadanja za nadzor nad dominantnimi družbenimi reprezentacijami.
7	Nacija, spol in mediji	Predmet analizira konstrukcije nacije in nacionalnosti, ki se reproducirajo skozi medije in vključujejo specifična razumevanja spola. Pozornost je namenjena preučevanju na stičišču konceptov nacije, nacionalizma in spola, ki jih predmet umešča v kontekst medijatzacije družbe. Mediji imajo ključno vlogo v »zamišljanju nacije«, ki se konstruira prek tipiziranih podob ženskosti in moškosti v medijski produkciji in naraciji. Predmet se posveča analizi »medijske logike« na ravni medijskega teksta in vloge, ki jo ima v kreiranju nacionalnih in spolnih imaginacij, kot tudi s širšim premislekom delovanja medijev kot institucij v političnem, ekonomskem in kulturnem kontekstu.

Izbirni predmeti modula Popularna kultura in mediji		
Zap. št.	Predmet	Vsebina
1	Medijske industrije	Predmet kritično obravnava prakse medijske produkcije, promocije in distribucije ter razmerje med medijskimi in kulturnimi institucijami na eni strani ter posamezniki v medijski industriji na drugi. Predmet se osredotoča na različne produkcijske vidike sodobne medijske kulture, pri čemer bomo izhajali predvsem iz perspektive kulturnih in komunikacijskih študij. Ta pristop zagovarja nujnost analize medijskih struktur z upoštevanjem kulturnih in tekstualnih vidikov, saj kultura hkrati konstituira in reflektira odnose moči. Predvsem skozi koncept kulturne ekonomije ta pristop poudarja, da so tudi ekonomski procesi in prakse odvisni od pomena in da imajo specifične kulturne pogoje obstoja. Obravnavani bodo torej procesi kulturalizacije ekonomije, od makro procesov globalizacije do mikro procesov v posameznikovem delovnem okolju. Osredotočili se bomo tako na tehnične omejitve v produkcijskih procesih (kako narava posameznih tehnologij oblikuje medijsko vsebino) kot tudi na komercialne in ideološke omejitve (kako poklicne ideologije in rutine vplivajo na vsebino medijske in popularne kulture).
2	Moda in mediji	Predmet bo predstavil tesno povezanost modne in medijske industrije. Modo bomo obravnavali kot obliko

		komuniciranja in kulture. Prek teorij kulturnih in medijskih študij se bomo seznanili, kako se proizvajajo pomeni o modi in kako se je moda razvijala skozi zgodovino, pri čemer se bomo osredotočili na odnos med modo, vizualno reprezentacijo in odnose moči. Ukvarjali se bomo s proizvodnjo in potrošnjo mode in prav tako naslavljali njeno vlogo v odnosu do identitete in politike telesa (v odnosu do spola, rase, razreda), do nacionalnosti in globalne ekonomije, mladinskih subkultur, zvezdnštva in holivudske industrije do subverzivnih praks. Ukvarjali se bomo z medijskimi reprezentacijami mode, kot tudi s kulturno-ekonomsko industrijo modno-medijskega kompleksa. Skozi zgodovino so razvoj medijev, potrošne in popularne kulture, vzpon zvezdnškega sistema ter industrializacija vplivali na modno industrijo. Zanimala nas bo predvsem popularizacija mode skozi 20. stoletje, pri čemer bomo te transformacije v polju mode osvetljevali tudi z vzponom tržnega komuniciranja ter poskušali razumeti pomen in vpliv medijske, popularnokulturne in oglaševalske industrije na spreminjanje modnega okusa. Seznanili se bomo s trendi na področju modnega novinarstva, medijskega pokrivanja modnih revij in pomena 'photo-shoota', saj nas bo zanimalo, kako vsaka izmed teh oblik medijskega komuniciranja vpliva na pomene mode in ustvarjanje modnih blagovnih znamk. Modna industrija kot del širše industrije življenjskega stila je tesno vpeta v strukturiranje vsakdana potrošnikov, zato moda kot medijsko posredovana kulturna praksa odigra ključno vlogo pri oblikovanju množičnih okusov in identitet (spolnih, razrednih, subkulturnih).
3	Hrana in diskurz	<p>Predmet se ukvarja z diskurzi o hrani in prehranskih praksah, pri čemer se kot diskurz pojmujejo najrazličnejši vizualni, zvočni in besedilni teksti, ki so lahko medijsko posredovani (radio, TV, tisk, film), lahko pa izhajajo tudi iz političnih ali policy praks oziroma besedil (vladna priporočila, priporočila politik in državnih organov, kampanije ipd.), oglaševalskih praks, spletnih medijev (spletna družbena omrežja, blogi, spletne platforme in portali, spletne skupnosti ipd.), filma in drugih artefaktov popularne kulture ter podatkov o vsakdanjih življenjskih praksah pridobljenih s pomočjo kvalitativnih metod (pripovedi, biografije, intervjuji, fokusne skupine). Predmet želi osvetliti povezave med diskurzi o hrani in nekaterimi drugimi pomembnimi družbenimi kategorijami (spol, nacionalnost/etničnost, ekonomsko-razredna identiteta/subjektiviteta, zdravje, potrošnja) in strukturami (ideološko-politična, socialno-družbena).</p> <p>Poudarek bo na osvetljevanju diskurzivne dimenzije omenjenih kategorij in struktur v odnosu do hrane in prehranskih praks, predvsem v diskurzih in tekstih.</p> <p>Predmet ponuja kritičen in analitičen vpogled v prevladujoče in aktualne diskurze o hrani in prehranjevanju. Študenti_ke pridobijo napredna teoretska in metodološka znanja za kritično razumevanje diskurzov o hrani in s tem povezanimi fenomeni. Na teoretski ravni študent_ka pridobi ustrezen aparat, ki ga nato, v kombinaciji z ustrežno metodo, uporabi pri analizi študije primera. Študenta_ko se opremi oziroma usmeri tudi v uporabo osnovnih metodoloških znanj, predvsem kvalitativnih pristopov, s katerimi se je že srečal_a pri drugih predmetih, s poudarkom na kritični analizi diskurza.</p>
4	Dokumentarna in	Predmet obravnava zgodovinske, estetske, vizualne, politične, kulturne in ekonomske dimenzije resničnostne in

	resničnostna televizija	dokumentarne televizije ter njene proliferacije v zadnjih dveh desetletjih. Zanimali nas bodo tako ekonomski kot družbeni in kulturni trendi porasta priljubljenosti teh žanrov. Osredotočili se bomo na ključne koncepte, potrebne za razumevanje žanra resničnostne in dokumentarne televizije, kot so realizem, resnica, objektivnost, subjektivnost, moč, pričevanje, zgodovina in vednost ter skozi to prizmo naslovili epistemološka vprašanja, povezana z reprezentacijo realnosti v teh žanrih. Proučevali bomo dokumentarne konvencije in njihov učinek ter njihovo uporabo tako v faktučnih kot fikcijskih žanrih. Skozi branja in ogleda primerov bomo obravnavali in analizirali razvoj žanra dokumentarnega filma in njegovih oblik od opazovalnega in reflektivnega do razlagalnega in sodobnih hibridnih oblik. Hkrati bomo vzeli pod drobnogled ključne formate resničnostne televizije, od preobrazbenih in talent šovov do t.i. realitysoaps formatov. Zanimal nas bo tudi odnos med trenutno popularnimi resničnostnimi formati in širšo dokumentarno tradicijo. Za zaključek bomo obravnavali še vprašanja moči in družbenih identitet v teh žanrih, s čimer jih bomo postavili v okvir širših kulturnih in družbenih odnosov.
5	Kritična teorija in analiza diskurza	<p>Predmet je zamišljen kot naprednejša in nadgrajena teoretska in metodološka perspektiva predmeta Analiza medijskih diskurzov.</p> <p>Predmet kritično in reflektivno obravnava obsežne in kompleksno sestavljene javne diskurze, ki jih tvorijo tako medijski, kot tudi ekonomski in politični diskurzi in s katerimi se srečujemo v vsakdanjem življenju. Gre za javne diskurze, ki jih reproducirajo mediji, politični akterji in različne družbene skupine. Tovrstni javni diskurzi prispevajo k reproduciranju dominantnih ideologij in omejujejo družbene spremembe, ki bi lahko vodile v višjo stopnjo demokratizacije in egalitarizacije družbe. Pričujoči predmet je zastavljen prav v smeri razkrivanja in problematiziranja navideznih 'resnic' in ideologij, ki jih ponavadi privzemamo kot dane. Pridobivanje tovrstnega znanja je lahko koristno za vse, ki ustvarjajo ali se srečujejo s katero koli obliko javnega diskurza. Poleg novinarjev, oglaševalcev, publicistov in učiteljev, je lahko pridobivanje tovrstnega znanja koristno tudi za zdravstvene delavce, oblikovalce nacionalnih politik in druge.</p> <p>Pričujoči predmet je zasnovan teoretsko-metodološko. Na teoretski ravni se predmet ukvarja predvsem s teorijami diskurza, ki izhajajo iz tradicije kontinentalne filozofije in strukturalne ter funkcijske lingvistike. Epistemološki pregled začne s strukturalizmom, nadaljuje pa z poststrukturalizmom, postmarksizmom, dekonstrukcijo in psihoanalizo. Poseben poudarek je na neesencialistični perspektivi in kritiki obstoječih ideologij. Predmet epistemološki pogled nadgradi z aplikativno analizo. Po osvojitvi ključnih pojmov (diskurz v povezavi s pojmi oblast, resnica, ideologija, reprezentacija, konstrukcija, identifikacija, hegemonija, politično) sledi spoznavanje konkretnih metodoloških pristopov, s katerimi lahko izboljšamo in utemeljimo kritični vpogled v javne diskurze. Tu se predmet posveča predvsem pristopom anglo-saške tradicije, torej Kritični analizi diskurza, sociolingvistiki in pragmatiki ter multimodalni analizi. Z osvojitvijo tega aparata lahko študentje pridobljeno znanje aplicirajo na področje, ki jih zanima.</p>
6	Mediji in emocije	Predmet uvaja študente v ključne sodobne razprave o vlogi emocij v javnem diskurzu. Ukvarja se z različnimi

		<p>nasprotujočimi oz. dopolnjujočimi se razlagami emocionalizacije družbenega življenja in s tem povezanim vzponom terapevtske kulture v sodobni zahodni družbi. Ta vzpon je tesno povezan s transformacijo medijske kulture. Kompleksno povezanost med medij in emocijami bomo podrobneje obravnavali v dveh korakih: prebirali bomo temeljna besedila, da bi lahko bolj diferencirano s teoretske perspektive razumeli koncept 'emocij' in razmerje le-teh do medijev.</p> <p>V drugi polovici seminarja se bomo ukvarjali s študijami primerov in sicer na področjih, kjer se srečujejo mediji in emocije: mediji in slava/"celebrity", promocijski diskurzi in medijski škandali. Zanimal nas bo protislovni položaj emocij v medijih oz. širši družbi ter vprašanje kako so emocije povezane s politiko in praksami neoliberalizma.</p>
7	Nacija, spol in mediji	<p>Predmet analizira konstrukcije nacije in nacionalnosti, ki se reproducirajo skozi medije in vključujejo specifična razumevanja spola. Pozornost je namenjena preučevanju na stičišču konceptov nacije, nacionalizma in spola, ki jih predmet umešča v kontekst medijatizacije družbe. Mediji imajo ključno vlogo v »zamišljanju nacije«, ki se konstruira prek tipiziranih podob ženskosti in moškosti v medijski produkciji in naraciji. Predmet se posveča analizi »medijske logike« na ravni medijskega teksta in vloge, ki jo ima v kreiranju nacionalnih in spolnih imaginacij, kot tudi s širšim premislekom delovanja medijev kot institucij v političnem, ekonomskem in kulturnem kontekstu.</p>
8	Spektakel, ritual in mediji	<p>Predmet bo predstavil temeljne teoretske pristope antropologije medijev in dal poudarek na ritualno konceptualizacijo komuniciranja. Vsebinski poudarek bo na razumevanju odnosa med mediji in ljudmi – kaj mediji počnejo z ljudmi (strukturne spremembe družb, kultur in individuumov pod vplivom medijev) in kaj ljudje počnejo z mediji. Ritual bomo obravnavali kot komunikacijski fenomen in obratno, tudi komuniciranje kot ritualni fenomen. V okviru teorij medijskih in kulturnih študij bosta predstavljena dva temeljna koncepta, ritual in spektakel, ki sta ključna za razumevanje medijev v sodobnosti in tudi v historičnem prerezu. Komuniciranje kot ritualni fenomen je neobhodno sredstvo za obstoj vsake človeške skupnosti oziroma kulture. Posvetili se bomo tako medijsko posredovanemu komuniciranju v ritualnih oblikah kot ritualnim funkcijam medijsko posredovane kulture, ter si ogledali tudi politične in državljanske rituale ter medosebne in mikrodružbene rituale. Nadalje se bomo posvetili tudi predstavitvi pojma spektakel, katerega posrednik so v postmoderni družbi podobe, pri čemer bomo obravnavali razmerja in odnose v medijski kulturi, ki se uresničujejo skozi spektakel. V postmoderni družbi podob se kapitalistični sistem reproducira s pomočjo spektakelskih medijev in pri predmetu se bomo zato soočili tudi s pomenom potrošne in medijske kulture in pomena njune estetske produkcije za proizvodnjo sodobnih identitet in medčloveških odnosov. Predmet bo v tem kontekstu obravnaval tudi vlogo medijskih dogodkov in spektaklov v oblikovanju prepričanj, odnosov in dejanj. Predstavil bo tudi zgodovino medijskih dogodkov in vlogo spektakla v družbi od starodavnih civilizacij, renesanse do modernih družb in do dobe digitalnih medijev.</p>
9	Ženski žanri in politika spolov	<p>Predmet je namenjen raziskovanju t.i. ženskih in moških žanrov ter proučevanju podob žensk, moških, spola in spolnih razlik v medijih in popularni kulturi. Predmet se bo ukvarjal z družbenimi in kulturnimi učinki medijske konstrukcije in reprezentacije spola ter z razumevanjem spola in spolnih vlog v medijski družbi. Študente in študentke</p>

		<p>bo najprej seznanil z epistemološkimi osnovami študij spola in ženskih študij, nato pa se bo ukvarjal z razčlenjevanjem oblikovanja bralca/bralke kot spolnega subjekta v družbenem in kulturnem kontekstu branja. V ospredje bo postavljena analiza medijskih konstrukcij spola in spolnosti, npr. v ženskem in moškem revijalnem tisku, ljubezenskem romanu, ženskih televizijskih žanrih (npr. soap opera, melodrama). Proučeval pa bo tudi vlogo spola v digitalnih medijih, kakšna je vloga spola v globalni digitalni dobi in na ta način bo 'ospoljenje digitalnega' povezal s tehnologijo in medosebnimi odnosi.</p> <p>Predmet se bo dotaknil tudi značilnosti t.i. potrošnega ali življenjskostilnega novinarstva ženskih in moških revij ter revij za najstnice in tudi razvoja ženskih žanrov nasploh v sodobnosti v povezavi z digitalnimi mediji. V tem delu bodo pri predmetu sodelovali tudi uredniki/urednice slovenskih ženskih oz. moških revij.</p> <p>Pomembnejše teme in koncepti, ki bodo v tem okviru predstavljeni, so:</p> <ul style="list-style-type: none"> -mediji in zgodovinska konstrukcija spola in spolnosti, ženskosti in moškosti -konstitucija ženske bralke - ženska branja -moda, ljubezen, lepotni mit in discipliniranje telesa -konstrukcija subjekta v ženski reviji, ljubezenskem romanu, soap operi, melodrami -moški žanri in mediji, reprezentacija moškosti
10	Mesto in podoba	<p>Predmet tematizira odnos med posameznikom in družbo na enem osrednjih elementov in lokacij vizualne kulture – mestu. Predmet obravnava komunikacijske pojave povezane z vizualnimi praksami v mestu ter praksami vizualizacije mesta in jih vpenja v politično (javna sfera), kulturno (institucije) in ekonomsko (komercializacija) sfero. Pri tem sledi transformacijam teh odnosov skozi razvoj iz predmoderne v moderno in postmoderno družbo. Predmet združuje zgodovinski pregled razvoja mestne vizualne kulture (fotografija, film, plakati in oglaševanje, likovna umetnost, grafiti ipd.) s kritično-analitičnim razumevanjem specifičnih metod vizualnega spoznavanja mest (npr. flâneurstvo) ter sodobnimi pojavi profesionalne in amaterske mediacije mesta.</p>