

Handout: Jak funguje reprezentace

Reprezentace: Reprezentace jsou generalizacemi o kategoriích a právě ony identifikují, proč události, ideje a lidé patří do těchto kategorií. Zvou obecnost, aby jim rozumělo a souhlasilo s nimi v určitých zamýšlených cestách. Například; reklamy na alkohol pokaždé zahrnují lidi, kteří se baví na párty. Média nám říkají, že taková je realita alkoholu a lidského chování.

Stereotypy: Stereotyp je zjednodušení, ohraný obrázek opakovaný tolikrát, že se zdá, že tvoří vzor. Tento typ reprezentace v sobě nese velké množství odsudku. Jedním ze známých příkladů je hloupá blondýna.

Esencializace: Zjednodušeně, esencialismus je generalizací prohlašující, že určité znaky viditelné na určité skupině (lidé, věci, ideje) jsou univerzální a nezávislé na kontextu. Například, esencialistickým prohlášením je: „Všichni lidé jsou smrtelní.“

Analýza reprezentací

Je mnoho použitelných cest jak analyzovat reprezentace. Během vyhodnocovací fáze pamatujte na následující:

Kódy a konvence: Reprezentacím může být rozuměno analýzou technických a symbolických kódů, které se používají ke komunikaci. Například, reprezentace žen ve fenoménu „girl power“ po roce 2000 je možno analyzovat z hlediska symbolických kódů kostýmů, ale také z hlediska technických kódů jako jsou úhly kamery.

Diskurzy: Pochopení, že diskurz (jehož je reprezentace součástí) nám může vysvětlit, jak funguje. Kupříkladu, je jednodušší analyzovat reprezentace rasy či náboženství, pokud rozumíte diskurzu takových zpolitizovaných problémů jako je imigrace nebo „válka s terorem“

Zařazení do rámce: Reprezentace se může zařadit do určitého úhlu pohledu, který může a být pochopitelný jen v kontextu. Například, chudoba australské komerční televize se často zařazuje jako individuální problém té stanice nebo prostě „jenom smůla.“

Narativní analýza: Člověk nebo událost mohou být často zařazeni do známého příběhu či vzoru. Dle tohoto výkladu, celé národy mohou být reprezentovány jako „ti zlí“ nebo „ti hodní,“ protože to sedí vzoru Hollywoodských filmů.

Produkce: Kdo je v čele produkce médií, ten ovlivňuje podstatu reprezentací. Mezi lety 1960 a 1980 bylo velmi vzácné najít v mediální produkci ženy, možná pouze jako sekretářky. Samozřejmě ale, kdyby všechny reprezentace žen byly produkovány muži, mělo by to za následek nevybalancovaný pohled. Stejně tak, nebylo to dříve než po roce 1990, než byly zaměstnány aspoň malé počty afroameričanů jako pisatelé pro americkou televizi a filmovou produkci. Kompozice pracovní síly ovlivňuje reprezentaci.

Recepce: Interpretace publika se vždy může lišit. Publikum neakceptuje automaticky reprezentaci nebo pohled na ni, ve který doufal producent. To bylo pravdivé v roce 1950 a je to pravdivé i teď. Je velmi složité pro moderní publikum, pochopit jak obecnost v minulosti interpretovala dobová média.

Dívat se na TV pořad z poloviny dvacátého století ve století jednadvacátém nemůže být nikdy stejné jako dívat se na něj v roce 1950.

Ekonomická síla: Když skupina s dostatečnou měnovou základnou přesvědčí inzerenty, aby ji reprezentovali, může se jejich reprezentace změnit ze dne na den. Například afroamerický trh v USA je dost silný, aby nutil více televizních a filmových producentů, aby vykreslovali životy afroameričanů a zobrazovali je jako trojrozměrné charaktery.

Pozadí tvořené médii: Reprezentaci není možno pochopit pouze z ní, musí být analyzována jakou součástí celého systému. Například v televizi se reprezentace lidí a myšlenek děje v programovacím systému žánrů, narativů, kódů a konvencí. Reprezentace žen může být ovlivněna jediným obrázkem ženy, který je ukázán, nebo zjednodušena absencí žen v rolích centrálních charakterů skrz celý denní televizní rozvrh, nebo ovlivněna malým počtem ženských dabérů.

Sociální a historický kontext: Cokoliv se ve společnosti děje ovlivňuje reprezentace. Členové společnosti žijí své životy v odpovědi na hodnoty systémy a způsoby myšlení kolem nich. To samozřejmě zahrnuje i ty, jež pracují v médiích.

Reprezentace jsou produkt svého sociálního a kulturního okruhu. Jestli s nimi nesdílíte svůj sociální okruh, pravděpodobně nejste vůbec reprezentováni.