

III. ČÁST
DVA STUPNĚ OZNAČOVÁNÍ:

DENOTACE, KONOTACE,
MÝTUS,
IDEOLOGIE

X. DVA STUPNĚ OZNAČOVÁNÍ (1915-1980)



Roland Barthes

- **MECHANISMUS OZNAČOVÁNÍ** popisuje vztah znaku nebo znakového systému ke své referenční realitě.

- Barthes rozlišuje dva způsoby **multiplikace znaků**, a to prostřednictvím mechanismu:
 - 1/ **KONOTACE**, který slouží především k **popisu emocí či subjektivních hodnot**,
 - 2/ **MÝTU (mytologizace)**, jenž slouží především k **označení obecnějších, abstraktnějších pojmů a hodnot**.

DVA STUPNĚ OZNAČOVÁNÍ

(Roland Barthes)

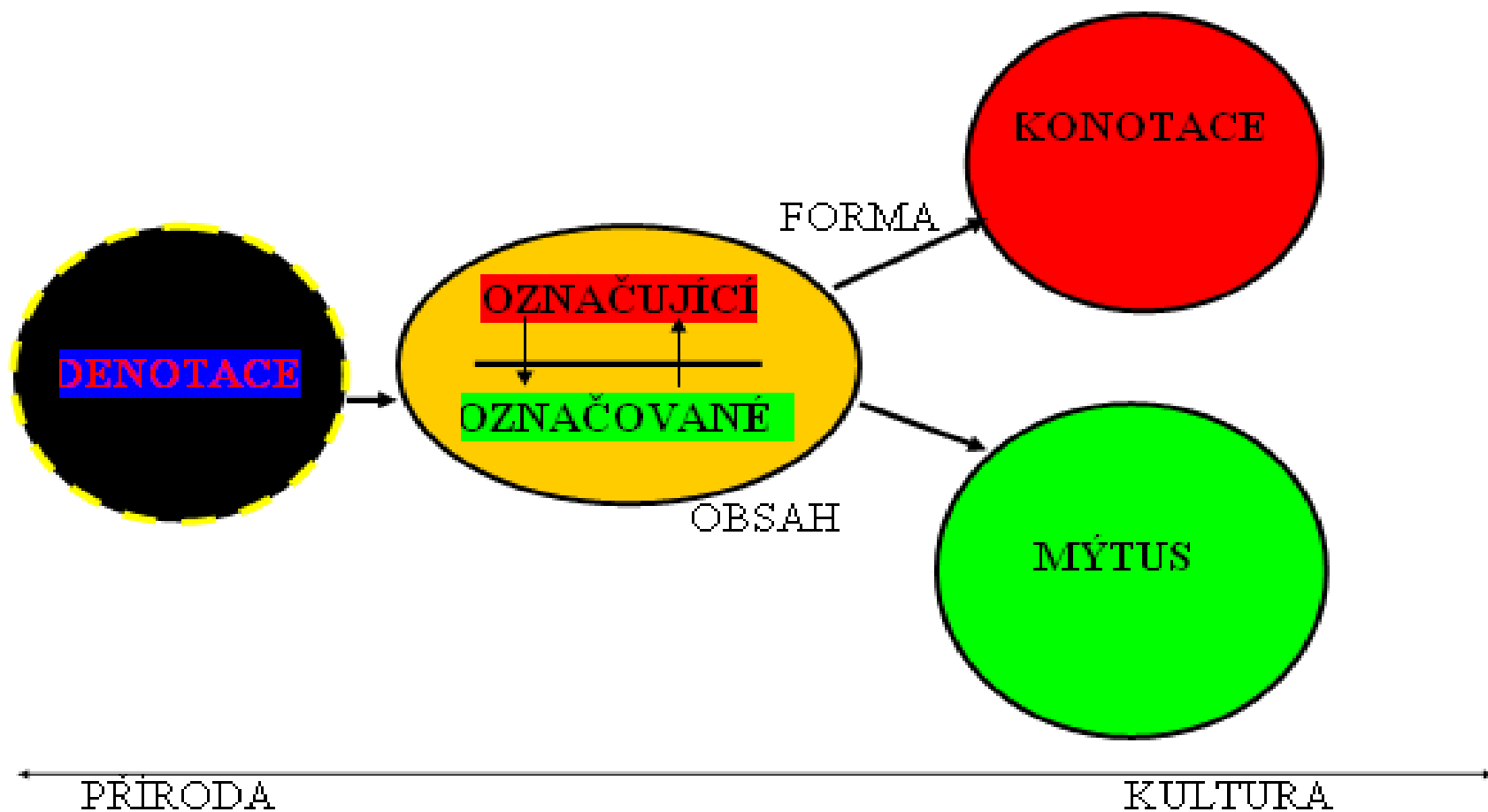
první stupeň

druhý stupeň

realita

znaky

kultura



I. STUPEŇ: DENONOTACE

- První stupeň označování se realizuje jako **vztah mezi označujícím a označovaným v rámci znaku, který má svůj referent ve vnější realitě.**
- Barthes hovoří v dané souvislosti o **denotaci**, kterou můžeme chápat jako mechanismus „označování“, v rámci kterého jde **primárně o identifikaci znaků našimi smysly**.
- Denotace odráží **běžně chápaný význam znaku postavený na jednoduchém vztahu znaku ke svému referentu:**

Jako příklad můžeme uvést:

- „fotografii“ ulice, která denotuje určitou ulici
- „slovo“ ulice denotuje ulici vedoucí mezi domy apod.
- „proces“ **mechanické reprodukce objektu na film.**

- **Jde o vztah, který je chápán jako objektivní a hodnotově neutrální.**
- Pojem denotace slouží především k **analytickým cílům.**

- **V praxi ale téměř neexistuje objektivní, hodnotově neutrální mechanismus označování.** Výjimku tvoří například specializované jazyky jako je matematika, kde zápis $3+4=7$ má čistě denotativní povahu.

STRUKTURA ZPRAVODAJSKÉ NARACE

jako součást denotativního popisu analyzované reportáže

- 1/ **moderátor** ze studia rámuje, uvozuje téma a zajišťuje od počátku jeho souvislost s ostatními částmi zprávy. Často je to opět moderátor, který zprávu završuje.
- 2/ **reportér, korespondent nebo komentátor**, zasazuje reportáž do kontextu, vysvětluje její význam.
- 3/ **vlastní filmová reportáž** (spíše několik), která přináší informace z terénu.

Vizuálně je událost označována prostřednictvím čtyř následujících způsobů prezentace:

1/ **talking head**

2/ **grafika**

3/ **pojmenování (nominace)**

4/ **Aktualita** - jde o vlastní filmovou reportáž, která tvoří páteř televizního zpravodajství. V jejím rámci můžeme rozlišit ještě další podkategorie - čtyři způsoby prezentace:

4a/ **obrazový záznam** s doprovodným komentářem

4b/ **stand - up** reportér sděluje svůj komentář přímo na kameru

4c/ **stake out** – vlastní rozhovor (reportér je skrytý)

4d/ **vox pop** (vox populi - hlas lidu) prezentuje občany „z ulice“, kteří mají dodat reportáži atmosféru autenticity a prezentovat tak cosi jako charakteristický názor.

ZPŮSOBY VERBÁLNÍ PREZENTACE

A/ INSTITUCIONALIZACE

Mechanismus institucionalizace umožňuje tzv. **naturalizaci názorů**. Činí tak především moderátoři, korespondenti a v některých situacích i reportéři, když si „přivlastňují“ názory významných sociálních aktérů (např. politiků) a prezentují je jako vlastní, respektive jako postoj, mínění redakce.

Mechanismus institucionalizace zastírá skutečnost, že takto prezentované názory jsou jen sociální (editoriální) konstrukcí a že jejich status je provizorní jako každá lidská výpověď.

B/ ZPROSTŘEDKOVÁNÍ

Mechanismus „zprostředkování“ se nejtypičtěji realizuje prostřednictvím interviu nebo samostatného vystoupení v reálu, kdy je dotazovaný oddělen od reportéra. Je zde využíván kód „**být dotazován**“: dotazovaný je snímán v detailu, ale nikdy neříká svá sdělení přímo na kameru. Působí dojmem, že hovoří se skrytým, neviditelným reportérem, který stojí mimo záběr kamery. Naopak reportéři sami prezentují sdělení přímo na kameru, přímo je adresují divákům a nevyužívají mechanismu zprostředkování.

Základní součásti zpravodajské narace podílející se na jejím rozvíjení

- 1/ **zarámování** (framing) je technika, která se využívá na počátku zprávy. Využívá ji téměř výhradně moderátor, který musí danou událost uvést do kontextu (což je již částečně dáno i jejím řazením) a eventuálně propojit její jednotlivé části či navázat na další téma (nebo ji napojit na předcházející téma).

- 2/ **zaostření** (focusing) je technika, kdy reportér vysvětluje detailně, co se stalo, o čem daný příběh pojednává,
- 3/ **uskutečnění** (realizing) je technika vlastní, konkrétní realizace zpravodajství, které jde v této fázi „do terénu“ a snaží se dané téma učinit reálným, a to za použití zprostředkovaných názorů z vnějšího světa, které nejsou spjati s televizní stanicí a jsou využívány proto, aby verifikovaly zpravodajskou verzi příběhu,

- **4/ zakončení - uzavření** (closing). Principiálně ovšem žádný zpravodajský příběh nikdy nekončí. To znamená, že cílem této techniky je defacto vyprodukovat smysl zprávy, který si posluchač uchová i po jejím skončení. Nejde ovšem o to vytvořit prostý (časově) konec příběhu, ale o vytvoření diskursivního konce v mysli diváků. To znamená uzavřít všechny možné interpretace a vybrat pouze jednu (příběh je o tom a o tom). Samozřejmě, že alternativní významy jsou jen zřídka uzavřeny explicitně. Většinou je ovšem přijata jedna obecně přijímaná interpretace. Uzavírání tedy defacto začíná již na počátku příběhu a postupně se završuje.

II. STUPEŇ OZNAČOVÁNÍ: a/ KONOTACE

KONOTACE, *KONOTACE*, KONOTACE KONOTACE,
KONOTACE, KONOTACE

- Konotativní význam znaku reprezentuje hodnotový systém kultury nebo individua, které jej užívá.
- Jde o situace, kdy je znak spojen s asociacemi, které „zabarvují“ naše porozumění dané situaci. Konotace je lidská část procesu tvorby významu.
- Konotace vypovídá o tom „JAK“ byly významy vytvářeny.
-
- KONOTACE je *druhým stupněm označování* a užívá denotativní znak (označované a označující) jako vlastní OZNAČUJÍCÍ

Konotativní významy rozvíjí například tón, zabarvení našeho hlasu, volba slov apod.

Když užíváme slova *Róm* nebo *Cikán*, *komouši* nebo *komunisté*, *Afroameričané* nebo *negři*, vždy jde o emocionálně zabarvené, subjektivní konotace.

Denotace je někdy chápána jako *digitální* kód, konotace jako *analogový* kód.

Nebezpečí, které hrozí při interpretaci jakéhokoliv sdělení, které je zatíženo konotací vyplývá právě z možnosti snadné **záměny konotační hodnoty za denotativní fakt.**

u

provždy“
nastavi-
iova pra-
chálek,
systému

e v tom,
nikdy
stupují
chce
olatů
ndre-
zaúto-
minu-

olem
populár-
se růz-
řstové
eště
se do-
ek mi-
pře-
edá

a popu-
platů,
vezu
tentá-
zatím
braceli
oma-
ž.

rodní
u-

-ti



nařít tam
co nezdá

nařít tam
co nezdá

**Patnáctý nejbohatší Čech v nové roli. Televize Seznam zabrousila do rodinného záje-
mí premiéra, dokonce do chorobopisu jeho syna. Tím se její vlastník Ivo Lukačovič
zařadil mezi magnáty podezříváné z toho, že svá média zneužívají pro vlastní byzny-
sové zájmy. A muž, který si dosud přísně střežil své soukromí, musí počítat s tím, že
i to už bude propříště věc veřejná.**

Rád bych reagoval vá zvířata jsou tu i še Horniga. Zemědělsk území Česka je již dáv nou intenzivního využ způsob obdělávání pů nokultur ničí její přiro akumulovat a zadržo proto se musí přihn přivalovým deštům zp tickými změnami doc soušení půdy, která n potřebné živiny ani z živ.

Průmyslová hnojiva
tější způsobem hno
keřda vznikající při int
bez podestýlky se k to
může použít - bezláz
ní až toxická, a zpraco
plynových stanicích. I
mědělství využívají př
hnojiva, ne hnůj od z
va jsou přitom odplav
vrstev, proto se musí
ně. Živočišná výroba
lěčbou mrtvé půdy.

Stájová hnojiva mů
ně nahradit kombína
mu a zeleného hnoje
těrka). Jestliže skonč
monokultur (opět jde
cí a řepku na výkrm l
fat) a budeme pěstov
různé druhy rostlin, j
stupně uzdravovat. Ji
ného přírodního hosp
půda obnoví a ožije m
re ji samovolně hnojí
nout podobných výno
lém hnojení, a navíc s
ženého úsilí. Abychom
rovaného kruhu ničení
je tedy nutné začít ome
masa a dalších živočišn
protože současný země
který už tak znečišťuje
po celém světě, je trvale
- Iveta Šedová

Opravy a upřesně

pro
který
vo e
- 1

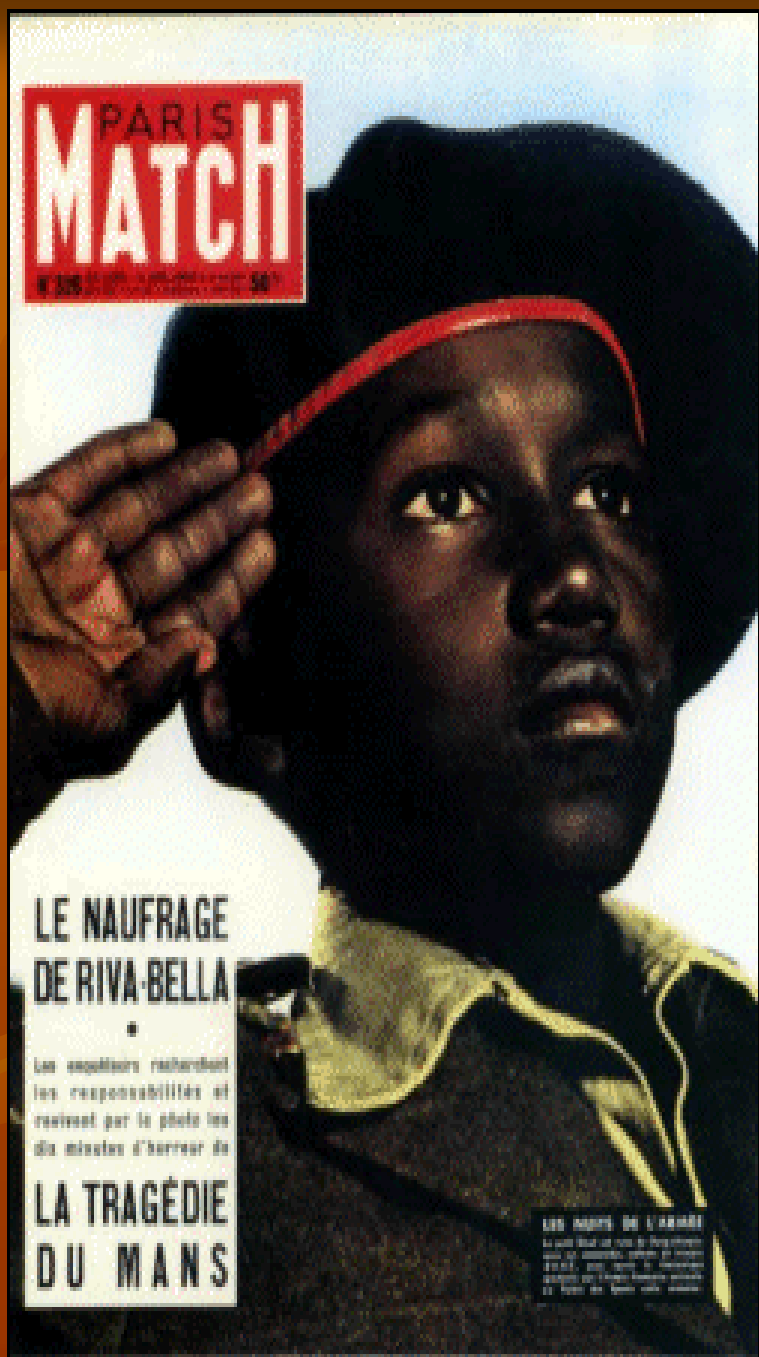
II. STUPEŇ OZNAČOVÁNÍ: B/ MÝTUS

- **MÝTUS** je řetězec pojmů (znaků) tvořících příběh, kterým se **kultura pokouší vysvětlit či pochopit nějaký aspekt reality.**
- **Mýtus** je způsob uvažování dané kultury, je to **způsob konceptualizace či chápání stavu věcí.**

Mýtus má tři funkce:

- **a/ upozorňuje**
- **b/ přesvědčuje**
- **c/ vysvětluje**

- Mýtus je definován více svou intencí než svým doslovným významem.
- Mýtus transformuje historii do „přírody“, činí ze sociálního faktu jev přirozený.
- Populární mýty naturalizují historii – sociální svět
- Mýtus organizuje sociální realitu tak, že se jeví jako bez rozporů.
- Věci v mýtickém vyprávění odkazují na sebe sama.



A/ je zde označující (*černý voják zdraví Francii*), samo o sobě již formované předcházejícím systémem;

B/ je zde označované (*odhodlaný mix Francouzství a válečnictví*);

V mýtu je jeho záměr

ZMRAZENÝ, VYČIŠTĚNÝ, ZVĚČNĚNÝ.

Mýtus staví na absenci doslovného významu.

Černý voják zde mluví – oslovuje čtenáře jménem francouzského státu.

Současně je jeho pozdrav „ZMRAZEN“ na věčnost jako oslava francouzského IMPÉRIA.

(Podívejte se na toho dobrého černocho (Afroameričana), který zdraví jako kterýkoliv z našich /bílých/ hochů).



Se Sovětským svazem
na věčné časy
a nikdy jinak!





„SE SOVĚTSKÝM SVAZEM NA VĚČNÉ ČASY”

SE SOVĚTSKÝM SVAZEM
NA VĚČNÉ ČASY



antikvariát
KNIHA Z PŮDY
ipulda.cz



SE SOVĚTSKÝM SVAZEM NA VĚČNÉ ČASY

Jádro funkce a princip fungování mýtu spočívá v tom, že transformuje kulturu/historii do přírody

ČINÍ Z KULTURNÍCH/ HISTORICKÝCH JEVŮ JEVY PŘÍRODNÍ (NA VĚČNÉ ČASY)

Na cestě od kultury k přírodě se mýtus chová ekonomicky. Ruší komplexitu lidského jednání a nabízí nám **jednoduchost esence**. Jde přitom za rámec toho, co je bezprostředně viditelné. Organizuje svět, který je bez rozporů.

- V mytologicky konstruovaném světě věci (znaky) odkazují na sebe sama – jsou sebereferenční

Sunday Mirror

Three days before the official list

20p December 28, 1960 No. 919

YOUR New Year Honours

By REVEL BARKER
LOVELY Anna Ford today wins the title she never wanted — Sex Symbol of 1960.

Britain's men rated the ITN beauty stars ahead of actresses like Sophia Loren, Bo Derek and Debbie Harry.
Anna, 30, was always preferred to be listed in the way she reads the News at 7.30 rather than her own.
But now she knows of being voted the nation's favourite in an annual survey conducted by the Sunday Mirror's readers.
It's terribly touching, very sweet," said Anna who like the rest, "I truly am delighted."

Heroes
More than 1,000 men and women in all parts of Britain took part in the poll to compile the 1960 New Year Honours List.
The survey (see Pages 10 and 11) included four top personalities and actresses of 1960 and covers a three day period before the 28th Honours List.

Men of the Year in the Pope and top Japanese names are the Day and P. S. S. (Lancet of the British Medical Association) in London.
Anna also came third in the Women of the Year vote behind the Queen Mother and The Queen.
"I'm really flattered to be included in a list like that," she said.
The girl who lives billions of votes each night was commonly preferred.

"I'm on holiday and just don't know about it," she said. "I couldn't wait to be photographed like this."
The young hero in the new Sunday Mirror readers to me. Anna explained her status on the list. "There has always been a misunderstanding about my work."

SEXY ANNA TOPS POLL

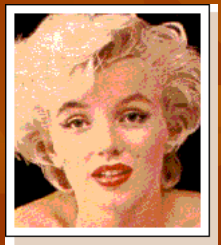


Anna—her choice of picture

"Now," she said. "My complaint to that women are always talked about on the basis of how they look."
"You get headlines like 'Ann's Blonde Eye in Car' as being about the woman in her hair and it's sufficient to describe her as just 'blonde' or 'brunette' but a lot more interesting than that, and have lots of other details."
"I'd like people to appreciate it," she said.
"I think of Anna's appeal," she said.
"I think she's extremely attractive — physically, intellectually and professionally."
"I am not in the least surprised at the result of the poll. We get on very well together and I would have voted for her."
"I've said before Forest said, 'She is most attractive I particularly like her when she has her hair up like in a very lovely girl.'"
"Acres," she said. "Many men who watch it's obviously of their own free will."
"I think she appeals to men's primitive instincts."
"The fashion designer Bill Gibb said: 'Anna is just terrific. I designed some clothes for her once and although she is not beautiful in the classical sense she has a womanly personality and great workability.'"

1/ MÝTUS SHOWBUSSINESU

postavený na představě krásy a kouzla osobností patřících k elitě. Text je strukturován okolo charakteristiky - atraktivity tzv.celebrit, které pak umožňují označovat další mýty



2/ MÝTUS ŽENY DEFINOVANÉ PROSTŘEDNICTVÍM JEJÍHO TĚLA (Lovely Anna Ford).

My complaint is that women are always talked about on the basis of how they look. You get headlines like „ Man and Blonde Die in Car“, as though the only interesting thing about the woman is her hair, and it's sufficient to describe her as just „blonde“.

Reálná A. Ford je prezentována jako sexuální symbol, je použita jako znak ženské sexuality, a to dokonce přes to, že ona sama v textu explicitně odmítá hodnocení žen podle toho jak vypadají a její odmítnutí je i citováno:

- **Mýty ze své podstaty zatemňují či mystifikují svůj původ a svou politickou a sociální dimenzi.**
- Analýza mytologií tak odhaluje skrytou roli historie, respektive **sociopolitickou roli mýtu.**
- Když se poprvé učíme číst denotace, vstupujeme do světa **ideologií**, a to tím, že se učíme číst **dominantní konotace a mýty**

KOMUTAČNÍ TEST

- Abychom byli schopni dekonstruovat užívání a konstruování významů za pomoci konotací a mýtů je možné aplikovat na danou situaci tzv.

KOMUTAČNÍ TEST (test záměny):

- například nahradit automobil starým jízdním kolem.
 - nebo užít **opoziční způsob čtení** (aberrantní dekodování)
- například feministickou perspektivou, která může reklamu na sportovní automobil, ve které řidič naloží do vozu atraktivní blondýnu, interpretovat jako indikátor mužské nestálosti.

Tento přístup nám umožňuje upozornit na skutečnost, že dané spojení není přirozené, ale jde o sociální konstrukt.

- Při analýze zpravodajského diskursu je nezbytné sledovat dva základní faktory, které rozhodujícím způsobem ovlivňují konstrukci zpravodajských významů:
 - 1/ **jazyk (znakový systém)**, ve kterém je sdělení kódováno,
 - 2/ **sociální tlaky**, které ovlivňují jak jsou sdělení sociálně produkována a percipována.
- Způsob tvorby zpravodajství je tak vždy výsledkem **vyjednávání a selekce**.

**ANALÝZA MECHANISMU
DVOU STUPŇŮ OZNAČOVÁNÍ:
(The Obsever)**

„Young, bitter and black“

BELL'S
SCOTCH WHISKY
Since 1822

OBSERVER REVIEW

SUNDAY 5 SEPTEMBER 1949

MAJORITY RIGHTS GROUP'S
LATEST REPORT
CYPRUS

Planning for the future of
Cyprus is the subject of a
new report by the
Majority Rights Group.



**YOUNG
BITTER
AND
BLACK**



I. PRVNÍ STUPEŇ OZNAČOVÁNÍ: DENOTACE

I. Dva hlavními znaky:

a/ mladí Afroameričané

b/ skupina policistů

II. Tři vedlejší znaky:

a/ dav Afroameričanů obklopující incident

b/ vlastní městské prostředí skládající se z dvou komponent (spodní trakt železničního nadjezdu, staré pavlačové domy)

c/ strom v pozadí.

II. DRUHÝ STUPEŇ OZNAČOVÁNÍ: mýtus a konotace

II a. KONOTACE

a/ **změna tvaru/formátu** – editovaný text je delší a užší. Oči tak jsou nuceny tékat zprava do leva, a tak je posílena **konotace konfrontace** (pohyb čtenářových očí se stává **ikonickou reprezentací konfliktu** mezi oběma stranami).

b/ **strom, který má potenciálně uklidňující efekt je odstřižen,**

c/ jsou přidána čtyři slova tučným černým písmem, umístěná mezi oba tábory.

Slova **MLADÝ, NEPŘÁTELSKÝ A ČERNÝ**

pomáhají podpořit **naturalizační proces** tím, že **spojují nepřátelskost s barvou pleti a věkem.**

- **Zastírají se tak další možné interpretace, respektive příčiny konfliktu** - například postoj majoritní společnosti.
- **Slova, jejich umístění i typ písma konotují konflikt.**

II a. MÝTUS

„policie jako neagresivní (klidná) síla“.

- Vyžívá několik znaků:
 - a/ **zobrazení policisty chránícího si obličej rukou,**
 - b/ **jeho kolegy, který je otočen zády ke skupině Afroameričanů**
 - c/ **a především policisty ležícího na zemi, bez přilby, který působí dojmem jako by byl sražen demonstranty.**

- Mechanismus označování černošské skupiny pracuje s dvěma mýty:

a/ s mýtem etnika

b/ mýtem rebelující mládeže

- Klíčový význam **KONFRONTACE** tak má dva zdroje:

a/ rasový a b/ generační

Síly zákona, řádu - **MY** vs.

síly anarchie, asociálnosti -**ONI**.

- Syntagmatická kombinace dává tyto znaky do určitého vztahu

KONFRONTACE

X. IDEOLOGIE JAKO PROCES PRODUKCE VÝZNAMŮ

TŘI STUPNĚ OZNAČOVÁNÍ

(J.Fiske, J. Hartley)

PRVNÍ STUPEŇ

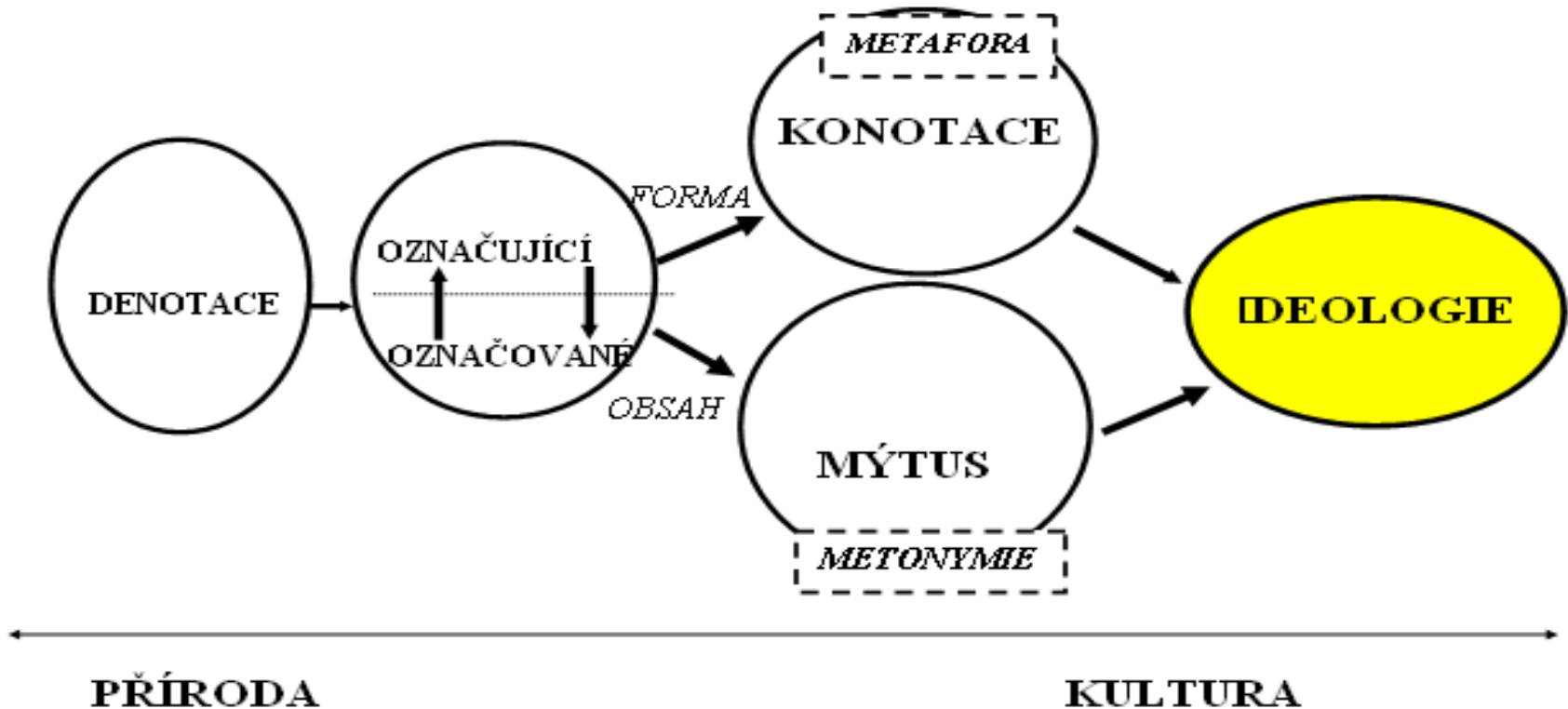
DRUHÝ STUPEŇ

TŘETÍ STUPEŇ

REALITA

ZNAKY

KULTURA



IDEOLOGIE V MÉDIÍCH

- 1/ mediální výstup je vždy do jisté míry ideologicky efektivní,
- 2/ ideologická role masových médií spočívá v tom, že podporuje zájmy dominantních společenských skupin, elit,
- 3/ analýza většiny mediálních textů směřuje k odhalení jeho ideologické základny.

X. 1. IDEOLOGIE

- **Pojem ideologie představuje více méně koherentní systém představ či přesvědčení, která slouží k vyjádření našeho vztahu ke společnosti.**
- **IDEOLOGIE skrytě působí na pozadí více či méně svobodné recepce mediálních obsahů.**
- **Působí jako sociální cement, který spojuje různé sociální, zájmové a třídní aliance s cílem izolovat opoziční tábor, respektive vychýlit rovnováhu veřejného zájmu na svou stranu.**

NACISMUS/FAŠISMUS

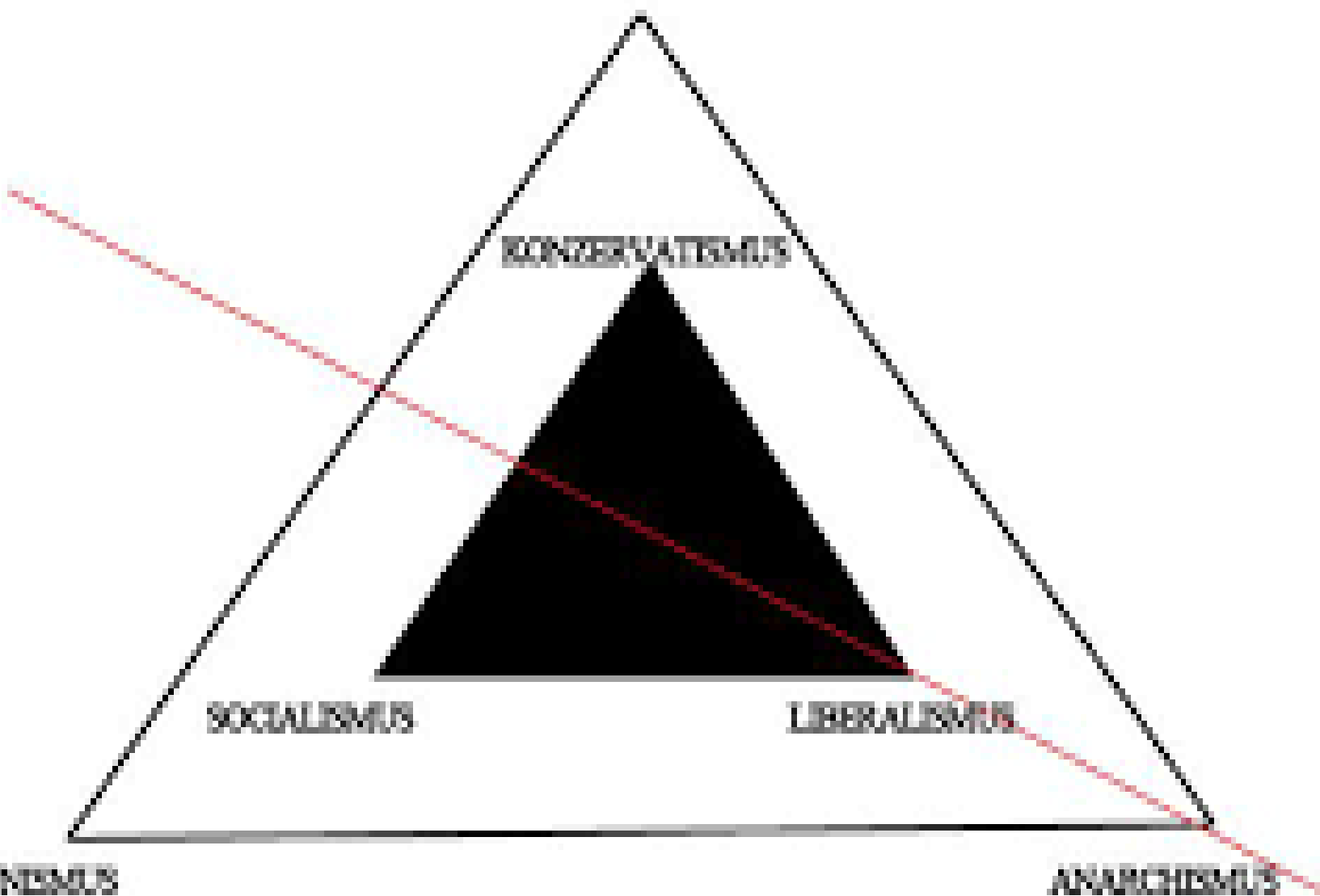
KONSERVATISMUS

SOCIALISMUS

LIBERALISMUS

KOMUNISMUS

ANARCHISMUS



- **IDEOLOGIE** představuje sadu ideí, které užívá vládnoucí třída, která dosáhla dominance v určité historické etapě.
- Ideologie **proměňuje lidské bytosti v subjekty.**
- Vede je k tomu, aby se **považovali za autonomní, svobodné bytosti, zatímco jsou formovány dominantním názorem.**
- Ideologie není zrcadlovou inverzí reality, ale jde o **imaginární či symbolický vztah jedinců k podmínkám jejich existence.**
- Ideologický podvod spočívá v jeho **samozřejmosti.**

PREFEROVANÉ ČTENÍ: „PREFERED READING“



Stuart Hall

- **Komunikační strategie masových médií, která nutí publikum interpretovat mediální sdělení v rámci dominantních hodnot. Jde de facto o imperativy dominantní ideologie.**
- **Publikum je vedeno k tomu, aby přehlíželo negativní stránky dané sociální struktury tedy významy, které popírají její dominantní hodnoty.**

PREFEROVANÉ ČTENÍ (preferred reading)
jako mechanismus
IDEOLOGICKÉHO UZAVŘENÍ:

Multiakcentuální potenciál významů zvolených znaků (verbálních i vizuálních) a jejich kapacita pracovat na druhém stupni s konotací či mýtem je naplňován tak, aby se

**ZNAKY SE VE TŘETÍM STUPNI OZNAČOVÁNÍ STÁVAJÍ
IDEOLOGICKY UZAVŘENÝMI TEDY
UNIAKCENTUÁLNÍMI.**

- **V okamžiku, kdy někoho oslovujeme, vnucujeme mu jistý sociální vztah.**
- **Tím, že přijmeme roli adresáta a reagujeme na dané „oslovení“, podílíme se na procesu vlastní ideologické konstrukce.**
- **Naše schopnost odolat takové formě oslovení rozhoduje o tom, zda se staneme součástí procesu ideologické konstrukce vlastní subjektivity nebo jej odmítneme.**

**Kritika ideologie vychází z analýzy a demystifikace
ideí vládnoucí třídy a tzv.
FALEŠNÉHO VĚDOMÍ**

**Cílem je odhalit a popsat mechanismy, které
posilují mocenskou
DOMINACI ČI ZACHOVÁNÍ STATU QUO**

**Falešnost vědomí spočívá ve snaze vydávat (veřejně
prezentovat)**

**DÍLČÍ ZÁJEM
ZA ZÁJEM CELKU - SPOLEČNOSTI.**



<https://www.youtube.com/watch?v=ARgUMNIcJ98>

Ideologickému myšlení nejde o poznání skutečnosti, ale o její ovládnutí.

- Každá ideologie tak integruje skupiny jedinců a posiluje nebo zpochybňuje rozdělení moci a vytváří systémy hodnot, kterým se mají „souvěrci“ řídit.
- Karl Mannheim rozlišuje partikulární a totální ideologii.

- **IDEOLOGIE TOTÁLNÍ** – zahrnuje celý myšlenkový stav určité epochy, kultury nebo skupiny.
- **IDEOLOGIE PARTIKULÁRNÍ** – opírá se o dílčí tvrzení, která nejsou pravdivá a zastírají před ostatními pravý stav věcí.
- Variantou je, že mají zastírat pravý stav věcí i před nositeli této ideologie.

PATRIARCHÁLNÍ IDEOLOGIE

■ Žena přijímající reklamní oslovení jako například

a/ atraktivního „nosiče“ šperků, kožešin atd.

b/ nebo tradiční roli „strážkyně domácího krbu“,
přijímá současně i

**SUBMISIVNÍ POZICI V RÁMCI PATRIARCHÁLNÍ
SPOLEČNOSTI, RESPEKTIVE
V RÁMCI RODOVÝCH VZTAHŮ.**

TWERK NA VŠE



IDEOLOGIE INFORČNÍ SPOLEČNOSTI JAKO ABSOLUTNÍHO DOBRA A CÍLE

V době konce ideologií, velkých vyprávění se vkrádá
nová

PARCIÁLNÍ IDEOLOGIE

opírající se o receptivní fascinaci

NOVÝMI TECHNOLOGIEMI

a fascinaci z

**KOMERČNÍ VYUŽITELNOSTI TĚCHTO
TECHNOLOGIÍ.**

Veškerá komunikace disponuje touto permanentně přítomnou vlastností, která je svým způsobem zákeřná, a to zvláště, když jde o takové formy „oslovení“ jaké realizují masová média, respektive reklama.

- Pokud dovolíme, abychom byli osloveni konkrétní technologií nebo reklamou, **přijímáme sociální pozici, kterou nám vnucuje** – např. středostavovskou, maskulinní pozici, konzumerskou apod.
- Nebo pozici **OPORY REŽIMU**, která může ale jen maskovat kolaboraci.
- Taková forma „oslovení“ nás pak může dovést k přijetí takové **ideologické pozice, která je fakticky v rozporu s naší aktuální či reálnou sociální situací.**

**RŮZNÉ SOCIÁLNÍ SKUPINY MOHOU PŘIJMOUT
DOMINANTNÍ OPTIKU, I KDYŽ NEMUSÍ BÝT V JEJICH
ZÁJMU. **Například:****

a/ západoevropští studenti revoltující proti systému na konci šedesátých let byly postupně pacifikovány tím, že je moc nepozavírala, ale **vtáhla je do mocenských struktur, kde posléze přijali i hodnoty proti kterým původně revoltovali.**

Na konci tohoto procesu je například situace, kdy děti těchto revoltujících studentů dnes marně bojují proti drastickému zvyšování školného, které v mírné podobě odsouhlasili jejich rodiče, kteří se stali obětí procesu **REPRESIVNÍ TOLERANCE.**

b/ ženy mohou přijmout „mužskou optiku“,
respektive mohou vnímat sebe sama na základě
mužských hodnot, kritérií a sociálních vztahů.

c/ etnické menšiny mohou přijmout hodnoty
majoritní kultury

**MASOVÁ KOMUNIKACE JE V TOMTO
SMYSLU
JAKO SOCIÁLNÍ PROCES
NEVYHNUTELNĚ**

IDEOLOGICKÁ

KOMUNIKAČNÍ IDEOLOGIE INFORMAČNÍ SPOLEČNOSTI

- předpoklad pozitivní síly komunikace

-věříme, že komunikace i její technologické nástroje posílí
sociální integraci naší komunity

Obecný sociální imperativ zní:
čím vyšší je intenzita komunikace, tím lépe.

TECHNOLOGIE POSILUJÍCÍ INTENZITU
KOMUNIKACE

JSOU TAK CHÁPÁNY JAKO OBECNÉ DOBRO

ČTYŘI HLAVNÍ SOUČÁSTI KOMUNIKAČNÍ IDEOLOGIE

A/ simulace,

B/ spektaklizace

C/ virtualizace.

D/ komodifikace a individualismus

Ideologie není zrcadlovou inverzí reality, ale je naším imaginárním či symbolickým vztahem ke sdíleným podmínkám existence

a

FORMUJE NOVÉ SOCIÁLNÍ SKUPINY

Nová komunikační ideologie oslovuje a formuje digitální svazáky/stachanovce

- naivně optimistický pohled na nové technologie
- podobný optimismu jejich předchůdců, kteří před půl stoletím nekriticky vzývali marxismus jako nové náboženství-panaceu všech sociálních problémů.

- je pro ně typická „**MBA mentality**“,



- charakterizovaná cynickou, úzce prakticistní, instrumentální fascinací z možnosti komodifikovat snadno výtvary nových technologií.

Ideologie jsou velmi **rezistentní** vůči jakékoliv dekonstrukci, a to proto, že jazyk, který užíváme pro jejich analýzu je **sám produktem dominantní ideologie**

Ideologie strukturuje jazyk a jazyk strukturuje způsob jak vnímáme realitu.

- **Ideologie odmítá sebe samu jako ideologii.**
- **Neprezentuje se jako ideologie, ale jako **realita**.
Zakrývá tak svůj konstruovaný původ, a to tak, že vytváří dojem samozřejmosti, přirozenosti.**

■ Fakticky neexistuje jedinec, který by byl nezávislý na ideologii.

■ Například žurnalisté jsou stejně jako většina socializováni do hodnot dominantního ideologického systému

a

■ Většina z nich podobně jako jejich publikum, užívá nevědomě mediální konvence, které odrážejí dominantní ideologii.

■ IDEOLOGIE NOVINÁŘSKÉ STŘEDNÍ TŘÍDY. GRAF.

HEGEMONIE

- představuje strategii vytváření souhlasu se stávajícím mocenským uspořádáním, a to na straně majoritního publika. (A. Gramsci)
- **Dominantní třídy** realizují své sociální a kulturní vůdcovství bez pomoci násilných, represivních prostředků prostřednictvím ekonomické, politické a kulturní manipulace, která vytváří **hegemonní vztahu** mezi manipulujícími a manipulovanými.

- Nastolení hegemonních vztahů slouží

IDEOLOGICKÉ NÁSTROJE (aparáty) STÁTU (L.Althuser):

- PRÁVO,
- RODINA,
- ŠKOLA,
- MÉDIA

- **Hegemonní strategie vytváří individuální a sociální povědomí. Její efektivita je největší, když totalita sociální, kulturní a individuální zkušenosti získává smysl v rámci mocenského bloku.**

HEGEMONIE se neuplatňuje proti vůli jedinců, ale je výsledkem aktivního „vyjednávání“, v jehož rámci si **dominantní třídy** přivlastňují **roli morálního a intelektuálního vůdcovství**, a to se souhlasem podrobených.

MOC není vlastnictvím jednoho individua, ale pracuje v rámci struktury společnosti. Klíčovou roli zde hraje **system ideí**, prostřednictvím kterých individua interpretují svou zkušenost, respektive **dešifrují svět v ideologických pojmech**.

MOC tak může být uplatňována jako autorita a kulturní aspekty každodenních životů jsou depolitizovány.

HEGEMONNÍ STRATEGIE působí jako sociální cement, který spojuje různé třídní aliance s cílem izolovat opoziční tábor, respektive vychýlit rovnováhu veřejného zájmu na svou stranu.

- Mediální tvůrci nemohou manipulovat významy nezávisle na dominantní ideologii
- jejich texty musí být publiku srozumitelné, respektive musí **odpovídat jeho očekávání.**
- Jsou nuceni užívat mediální konvence jistým

PREFEROVANÝM ZPŮSOBEM.

- **HEGEMONIE** je pojem, který do své koncepce zahrnul kulturní studie.
- Hegemónní analýza se snaží odhalit mechanismy, které užívají **dominantní třídy k prosazení vlastního sociálního a kulturní vůdcovství, které není uplatňováno přímo, např. násilně, ale spíše prostřednictvím ekonomické, politické a kulturní manipulace.**
- Teorie hegemonie defacto popisuje strategie **vytváření souhlasu s nerovnými vztahy.**
- Jde o formu kulturní analýzy která se zaměřuje na téma propagandy či reklamy, respektive na techniky prodeje jisté strany či produktu..

- **Pro hegemonní strategii je typické, že se neuplatňuje proti vůli jedinců, ale je výsledkem aktivního vyhledávání a vyjednávání souhlasu (participativní demokracie, mýtus interaktivity apod.)**
- **V rámci kulturních studií je tento pojem užíván k objasnění mechanismů jak jsou každodenní významy a aktivity organizovány podle zájmů dominantního bloku.**

- **Moc podle této koncepce pracuje v rámci struktury společnosti a není vlastnictvím nějakého individua.**
- **Moc v tomto smyslu manifestuje zájmy, které jsou ideologicky zastřeny jako praxe.**
- **Klíčovou roli tak zde hraje systém ideí, prostřednictvím kterých individua interpretují svou zkušenost. Dešifrují svět v ideologických termínech.**

- Zkušenost se tak stává **institucionalizovanou** v souladu se specifickými významovými kódy, které jsou konstruovány podle zájmů dominantních sociálních skupin.
- Takové dominantní kódy se jeví jako **transparentní. Jsou součástí každodenního užívání.** Jejich významy jsou známy všem a jsou chápány jako přirozené a tudíž **nejsou zpochybňovány:**
- **Všichni jakoby vědí: co je to svoboda slova nebo demokracie.**

- Mluvčí tak často netuší, že významy které uplatňují jsou vybrány z ideologické sítě vytvořené dominantními sociálními skupinami, respektive z jakési významové matrice.
- Politika označování se stále intenzivněji realizuje prostřednictvím médií, skrze které je projektován právně politický systém.
- **Hegemonní řád podrobuje interpretace obecnému tlaku dominantní kultury.**

- Hegemonie naturalizuje to, co je historickou a třídní ideologií a činí z ní

SPOLEČNOU ZKUŠENOST.

- Moc je tak uplatňována jako

AUTORITA

- a kulturní aspekty každodenních životů jsou

DEPOLITIZOVÁNY.

ANALÝZA HEGEMONNÍCH PRAXÍ

slouží k demystifikaci ideí vládnoucí třídy, cílem je
de facto odhalit a popsat mechanismy, které
posilují její dominanci

formou analýzy mechanismů

VYTVÁŘENÍ SOUHLASU

ANALÝZA HEGEMONNÍCH PRAXÍ

popisuje strategie vytváření souhlasu s nerovnými
MOCENSKÝMI

- třídními,
- rodovými,
- rasovými vztahy.

V rámci mediálních a kulturních studií je tento pojem užíván k objasnění toho, jak jsou každodenní významy a aktivity organizovány podle zájmů dominantního bloku.

SRPNOVÉ PASTORÁLE

ANALÝZA JEDNÉ HEGEMONNĚ- IDEOLOGICKÉ NORMALIZAČNÍ FORMY PROPAGANDISTICKÉ REPREZENTACE

ČST 1970

OKUPACE ČESKOSLOVENSKA V SRPNU 1968

POHLEDEM RUSKÉ PROPAGANDY

ROSSIA

- <https://www.youtube.com/watch?v=ARevUT9Ki1Q>

■ **Otázky pro analýzu dokumentu „Srpnové pastorále“:**

- 1/ Jak dokument oslovuje své potenciální diváky? Jako koho?
- 2/ Jak se tvůrci dokumentu pokoušejí vytvářet souhlas s vlastní pojetím, respektive s pookupačním status quo?
- 3/ Jak dochází k institucionalizaci zkušenosti, aby byla v souladu se specifickými kódy legitimujícími status quo.
- 4/ **Na čem je postavena zdánlivá transparentnost těchto mocensko-hegemonních kódů**
- 5/ Kde je přítomen mechanismus naturalizace?
- 6/ Jakými prostředky je vytvářena společná zkušenost?
- 7/ Kde je přítomen mechanismus depolitizace?
- 8/ **Jakým zájmům narace slouží?**

(ANALÝZA HEGEMONNÍCH PRAXÍ)