

Filozofická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci
Katedra žurnalistiky

ANALÝZA ŽÁNRU REALITY TV

–

**KONSTRUOVÁNÍ REALITY V POŘADU
112: V OHROŽENÍ ŽIVOTA**

THE ANALYSIS OF A GENRE REALITY TV

–

**THE CONSTRUCTION OF REALITY IN THE PROGRAMME
112: V OHROŽENÍ ŽIVOTA**

Magisterská diplomová práce

Bc. Barbora NĚMEČKOVÁ

Vedoucí práce: Mgr. Marek LAPČÍK, Ph.D.

Olomouc 2010

Prohlašuji, že jsem práci zpracovala samostatně a použila jen uvedených pramenů a literatury. Celkový rozsah práce je 165 473 znaků včetně mezer a poznámek pod čarou.

V Olomouci dne 3. května 2010

Děkuji Mgr. Marku Lapčíkovi, Ph.D. za odborné vedení a přínosné rady a podněty při zpracování práce.

Abstrakt

Diplomová práce se věnuje analýze v současné době velmi populárního televizního žánru reality TV a způsobům konstruování reality v pořadu 112: V ohrožení života, který je jedním z reprezentantů tohoto žánru v českém mediálním prostředí. Práce se zaměřuje především na vymezení, vznik a vývoj žánru, pokouší se jej zasadit do kontextu mediální konstrukce reality a hybridizace mediálních obsahů a diskutovat jeho místo v rámci konceptu dichotomie realita versus fikce. Prostřednictvím empirického výzkumu se práce snaží odhalit konkrétní strategie a prostředky využívané ke konstruování reality a odkrýt významy sdělení v pořadu 112: V ohrožení života, a to za použití kvalitativních metod pro analýzu textu.

Klíčová slova

analýza žánru, reality TV, mediální konstrukce reality, hybridizace mediálních obsahů, realita versus fikce, kvalitativní obsahová analýza

Abstract

The thesis deals with the analysis of a television genre reality TV, which is very popular nowadays and ways of the construction of reality in the programme 112: V Ohrožení života. It is one of the representatives of this genre on the czech media scene. Thesis focuses on the definition, the rise and the development of this genre and tries to contextualize its purposes in the media construction of reality. It also focuses on hybridization of the media contents and discusses its place in the framework of the concept of dichotomy reality versus fiction. Through empirical research the thesis uncovers concrete strategies and means of construction of reality and the meanings of the messages in the programme 112: V ohrožení života, namely by using qualitative methods for the text analysis.

Keywords

analysis of genre, reality TV, media construction of reality, hybridization of media contents, reality versus fiction, qualitative content analysis

OBSAH

1	ÚVOD	7
2	ŽÁNŘ JAKO ANALYTICKÁ KATEGORIE	10
3	ŽÁNŘ REALITY TV	16
3.1	Vymezení žánru reality TV	16
3.1.1	Reality show	17
3.1.2	Cop show.....	18
3.1.3	Interaktivita.....	19
3.2	Vznik a vývoj žánru reality TV	21
3.2.1	Původ žánru reality TV	21
3.2.1.1	Bulvární žurnalistika.....	22
3.2.1.2	Filmová a televizní dokumentaristika	23
3.2.2	Tři vlny šíření žánru reality TV	25
3.3	Kritika reality TV	26
3.4	Recepce reality TV	27
4	MEDIÁLNÍ KONSTRUKCE REALITY	30
4.1	Reflexivní versus konstrukcionistická teorie	31
4.2	Konstruování reality ve faktuálních žánrech	32
4.2.1	Konstruování normality.....	34
4.2.2	Strategie a prostředky konstruování reality	35
4.2.2.1	Zpravodajské hodnoty.....	35
4.2.2.2	Diskursivní strategie omezování a kontroly	35
4.2.2.3	Technické prostředky.....	37
4.2.2.4	Realismus.....	38
5	HYBRIDIZACE MEDIÁLNÍCH OBSAHŮ	40
5.1	Kulturní imperialismus	40
5.2	Kulturní hybridizace	42
5.2.1	Hybridní žánry	43
5.2.1.1	Reality TV jako docutainment.....	44
5.2.1.2	Reality TV jako infotainment.....	46
5.2.1.3	Reality TV jako propojení soukromého a veřejného.....	47

6	REALITA VERSUS FIKCE?	49
7	METODICKÁ VÝCHODISKA A REALIZACE ANALÝZY	52
7.1	Zkoumaný pořad: 112 – V ohrožení života	52
7.2	Koncept narace v mediálních studiích	54
7.3	Metodika analýzy pořadu Stodvanáctka	56
7.3.1	Kvalitativní obsahová analýza	56
7.3.1.1	Narativní analýza	57
7.3.1.2	Diskursivní analýza	59
7.3.2	Obrazová analýza.....	60
7.3.2.1	Formální aspekty textu.....	61
7.3.2.2	Obsahové aspekty textu.....	62
7.3.3	Volba analyzovaného materiálu a průběh analýzy.....	63
8	KONSTRUOVÁNÍ REALITY VE STODVANÁCTCE	65
8.1	Postava moderátora.....	65
8.2	Autenticita a fakticita	67
8.3	Výběr témat a výběr obrazů.....	70
8.4	„My“ versus „Oni“.....	72
8.5	Morální apely a hodnotící soudy	74
8.6	Shrnutí.....	77
9	ZÁVĚR	78
	ANOTACE	81
	SEZNAM POUŽITÝCH PRAMENŮ A LITERATURY	82
	SEZNAM PŘÍLOH	88
	PŘÍLOHY	89

1 ÚVOD

Pořady spadající do žánru reality TV zaznamenaly v poslední době veliký mezinárodní rozvoj. Vyvolávají vlny popularity, ale také kritiky. Pronikly i do českého televizního prostředí a staly se populárními nejen mezi producenty mediálních obsahů, ale také mezi samotnými diváky. Objevují se především ve vysílacím schématu komerčních televizních stanic, ale najdeme je také v televizním vysílání médií veřejné služby. Žánr reality TV představuje velmi širokou oblast pořadů, které spojuje jeden důležitý prvek, kterým je vztahování se k realitě.

Reality TV můžeme chápat ve dvou pojetích. Do prvního širšího pojetí patří pořady o reálných lidech, kteří se dostávají do reálných situací. Předznamenejme, že reálnost těchto situací je do jisté míry konstruovaná, a že důležité je především to, aby tyto situace působily dramaticky [Reifová 2004]. Do tohoto pojetí spadají v českém prostředí velmi rozšířené reality show, které nabývají různých podob (jmenujme například *Big brother*, *Česko hledá superstar*). Druhé užší pojetí zahrnuje pouze tzv. cop show, čili pořady pojednávající o reálných trestných činech a záchranných akcích. Předmětem zájmu této diplomové práce je pořad *112: V ohrožení života*¹ spadající do užšího vymezení reality TV. Obsahem pořadu jsou především reportáže pojednávající o policejních či záhranných akcích a o rekonstrukcích velkých zločinů.

Reality TV představuje v České republice relativně nový televizní žánr, kterému zatím nebylo v odborných studiích věnováno příliš mnoho prostoru, a proto považuji za důležité se tímto žánrem a jeho podobami na české mediální scéně zabývat. Cílem diplomové práce je zanalyzovat žánr reality TV optikou narušování dichotomie realita versus fikce a zjistit, jakými způsoby žánr reality TV konstruuje realitu. Problematika reality a fikce je tradičně předmětem vědecké diskuze na poli filmové a literární vědy. Mediální studia se jí věnují především v souvislosti s objektivitou zpravodajství a mediální konstrukcí reality ve zpravodajství. Konstrukci reality v televizních pořadech žánru reality TV zatím nebyla věnována velká pozornost. Dalším cílem práce je aplikovat teoretickou diskuzi na konkrétní mediální produkt reality TV, na českou cop show

¹ Dále je v diplomové práci používán zkrácený název *Stodvanáctka*.

112: *V ohrožení života* a odhalit způsoby, jakými je v pořadu konstruována realita a společenská konformita jako součást této reality.

V druhé až šesté kapitole se čtenář seznámí s teoretickými východisky, v sedmé kapitole s metodikou analýzy pořadu a v poslední osmé kapitole s výsledky analýzy. Druhá kapitola pojednává o žánru jakožto o analytické kategorii, která se využívá pro zkoumání mediálních obsahů. Nastíní dvě možná pojetí chápání žánru a určí to, na kterém bude stát analýza žánru reality TV v této diplomové práci. Jelikož je předmětem práce televizní žánr, prostor bude věnován také klasifikaci televizních žánrů a problémům, které jsou s ní spjaty. Tato kapitola se dále pokusí vymezit termín formát a objasnit jeho vztah k pojmu reality TV.

Předmětem třetí kapitoly je konkrétní žánr reality TV. Kapitola se zaměří na jeho vymezení, vznik a vývoj, dále pak na jeho kritiku a recepci. Objasní jaké typy pořadů do něj spadají, a na základě jakých kritérií se rozlišují. Tato kapitola se bude dále věnovat dvěma mediálními oblastem, ze kterých reality TV čerpá některé své prvky. Těmito oblastmi jsou bulvární žurnalistika a filmová a televizní dokumentaristika. V části věnované kritice se čtenář dozví důvody kritiky a reakce na ni. Podkapitola o recepci žánru bude vycházet především z výzkumu divácké recepce pořadu *Big brother* [Hill 2002].

Čtvrtou kapitolou se dostaneme k mediální konstrukci reality, která představuje hlavní teoretická východiska pro výzkum pořadu *112: V ohrožení života*. Kapitola se věnuje vymezení reflexivní a konstrukcionistické teorie reprezentace reality v masových médiích a především konstruování reality ve faktuálních žánrech. Vzhledem k nedostatku odborných studií zabývajících se mediální konstrukcí reality v žánru reality TV, budou poznatky čerpány z literatury zaměřující se převážně na žánr zpravodajství. Ovšem podstatnějším důvodem je, že ke konstruování reality v analyzovaném pořadu dochází na základě podobných strategií jako ve zpravodajství. A proto se domnívám, že lze aplikovat poznatky o žánru zpravodajství na žánr reality TV.

Pátá kapitola se zaměřuje na hybridizaci mediálních obsahů, které podléhá také žánr reality TV. Tato kapitola nejprve uvede protikladné koncepty kulturního imperialismu a kulturní hybridizace a poté se zaměří na hybridní formy spadající do žánru reality TV. Zabývat se tedy bude docutainmentem, infotainmentem

a propojením soukromého a veřejného v žánru reality TV. Šestá kapitola se zabývá vztahem reality a fikce v televizních žánrech. Pojednává o tradiční dichotomii televizních pořadů, která je dělí na informační a fikční a o narušování této dichotomie v žánru reality TV. Vycházet bude především z teoretických poznatků Umberta Eca [2000] a François Josta [2006].

Metodická východiska a realizace analýzy jsou obsahem sedmé kapitoly. Ta čtenáře seznámí se zkoumaným pořadem a metodikou výzkumu. Analýza pořadu vycházela z kulturního pojetí textu, které za text považuje „*vše, co tvoří význam prostřednictvím praktik označování*“ [Barker 2006: 190]. Na základě kulturního přístupu může být také televizní pořad chápán jako text a podroben textové analýze. Vzhledem k tomu, že cílem výzkumu je porozumění textu (pořadu) nikoliv kvantifikace, byla zvolena metoda kvalitativní obsahové analýzy. Ta zahrnuje diskursivní a narativní analýzu, které se vzájemně doplňují. Televizní pořad je tvořen také technickými prostředky, a proto bude kvalitativní obsahová analýza doplněna o analýzu obrazovou, která se zaměřuje na používání technických prostředků k vytvoření určitých významů. Zvolená metodika by měla odhalit způsoby konstruování reality v pořadu *112: V ohrožení života*. O výsledcích analýzy pojednává poslední osmá kapitola.

2 ŽÁNŘ JAKO ANALYTICKÁ KATEGORIE

Dříve než přistoupíme k problematice žánru reality TV, která je hlavním tématem diplomové práce, představíme si žánr jakožto obecnou kategorii, která představuje jeden z nástrojů analýzy mediálních obsahů. Abychom lépe pochopili, jak funguje konkrétní žánr (v našem případě žánr reality TV), je potřeba porozumět žánru obecně. Cílem této kapitoly je vymezit různá pojetí žánru, určit takové pojetí, na kterém bude postavena analýza reality TV, konkrétně pořadu *Stodvanáctka*, a nastínit problémy s žánrem jakožto analytickou kategorií.

Žánr je v odborném televizním a filmovém diskursu velmi frekventovaným pojmem. Přesto (nebo právě proto) panují uvnitř tohoto diskursu velmi rozdílné názory na to, co pojem žánr znamená. Lze identifikovat dvě hlavní názorové větve. První názorová větev považuje žánr za *kulturní konvenci*, která je sdílena producenty a publikem. Žánr zároveň vytváří vztah mezi producentem, publikem a daným textem. Druhá názorová větev nebere v potaz uživatelský aspekt žánru, nýbrž považuje žánr pouze za *textový vzorec*.

Do první skupiny spadá pojetí žánru Johna Fiska, který definuje žánr jako „*kulturní praxi, která se pokouší o ustavení řádu v rozsáhlé oblasti textů a významů obíhajících naší kulturou pro pohodlí jak producentů, tak publika*“ [Fiske 2003: 109]. Pro první názorovou větev je důležitý vztah mezi produkcí (médiem) a publikem. Podle Denise McQuaila lze za praktický nástroj k efektivnímu fungování vztahu mezi produkcí a publikem považovat právě žánr. Uživatelé média si mohou na základě žánru vybírat jednotlivé programy a média mohou snáze uspokojovat očekávání svých zákazníků [McQuail 2007: 295]. Žánry potom můžeme chápat jako „*pomůcky k vytváření a čtení textů*“ [McQuail 2007: 298].

Žánr je efektivním nástrojem nejen volby preferovaných mediálních obsahů ze strany publika, ale také dosahování shodné interpretace těchto obsahů, a to jak mezi jednotlivými uživateli, tak mezi producenty a příjemci [McQuail 2007: 296]. Význam každého sdělení je na straně producentů zakódován a publikum tento význam dekóduje, a to nikoliv jednotně, nýbrž různě v závislosti na svých interpretačních rámcích. Podle Stuarta Halla mohou příjemci vůči sdělení zaujmout dominantní, opoziční nebo dohodnutý postoj. Záměrem producentů je,

aby publikum zaujalo dominantní postoj k textu, tzn. aby význam sdělení byl takový, jaký producenti zamýšleli [Hall 1992: 125-127]. Publikum se k dominantnímu čtení může dostat právě prostřednictvím žánru, s kterým jsou spojena konkrétní očekávání². Shodné vnímání daného mediálního obsahu svými tvůrci i svými příjemci je podle McQuaila jedním ze znaků žánru [McQuail 2007: 295].

Druhá skupina názorů na povahu žánru nebere při definování žánru v potaz roli publika, ale chápe žánr pouze jako textový vzorec s určitými vlastními charakteristikami a postupy. Definice žánru pak znějí obdobně jako ta, kterou uvádějí autoři Graeme Burton a Jan Jiráček [2001]. Žánr chápou jako „*ustálený, opakující se typ či kategorii mediálních produktů vyznačujících se společnými rysy (tematickými, kompozičními či formálními)*. [...] Žánr je tedy stabilizovaný textový vzorec s očekávaným uspořádáním“ [Burton - Jiráček 2001: 160].

Toto textové pojetí se potýká s problémem vztahu žánru a textu. Podstata sporu spočívá v otázce, zda byly první žánry (nedefinované žánrové prvky), na základě kterých dochází ke třídění textů, nebo zda byly první texty jako takové a žánry vznikly až na základě podobností a rozdílností textů³ [srov. Lacey 2000: 211-213]. Podle Nicka Laceyho [2000] reflektuje zmiňovaný spor odvěký filosofický svár mezi idealismem a empirismem. Idealismus nabízí ideální typ, soubor žánrových základních prvků, zatímco empirismus zkoumá daný text za účelem definování žánru [Lacey 2000: 212]. I přes naznačený ontologický problém, který podle mého názoru nemá jednoznačné řešení, bude v diplomové práci na žánr pohlíženo jako na text vykazující určité tematické, kompoziční a formální charakteristiky. Ty budou v analytické části podrobeny zkoumání na případu pořadu *Stodvanáctka*.

Důvodem preference textového pojetí žánru v rámci analýzy *Stodvanáctky* je zájem o uvedené rysy textu (žánru), jejichž zkoumáním naplním cíle diplomové práce. Vycházet budu z pojetí textu, které naznačila kulturní studia, a sice, že za text lze považovat „*vše, co tvoří význam prostřednictvím praktik označování*. [...] *Patří sem tvorba významu pomocí obrazů, zvuků, předmětů [...] a činností*

² Přiřazením pořadu k žánru reality TV producenti zdůrazňují realnost obsahu pořadu a publikum toto očekává.

³ V případě žánru reality TV zní otázka následovně: Existovaly jako první reality pořady nebo byl nejprve nedefinován žánr reality TV?

[...]“ [Barker 2006: 190]. Z hlediska kulturního přístupu lze i televizní pořad považovat za text a lze jej podrobit textové analýze. Z tohoto důvodu byla dána přednost právě kulturnímu, širšímu pojetí textu před užším pojetím textu pouze jako psaného či mluveného sdělení.

Jak poznamenává Lacey [2000], mohlo by se zdát, že užitečnější je chápat žánr jako kulturní konvenci, protože v diskursu common sense (v diskursu publika), kde toto pojetí převládá, neexistuje výše zmiňovaný problematický vztah textu a žánru. Na druhou stranu ale nelze očekávat, že uvnitř publika existuje stejná znalost žánrových konvencí. Uznává, že myšlenka žánru náležejícího publiku je atraktivní, ale dodává, že z pozice mediálních vědců je nutno vytvořit koncept užitečný pro analýzu samotných mediálních textů⁴ [Lacey 2000: 212-213]. Na základě uvedeného se lze domnívat, že chápat žánr jen jako koncept náležející publiku je nedostatečné, a proto bude diplomová práce vycházet z textové pojetí žánru.

Žánrová analýza, ať už vychází z pozice pojetí žánru jako textu či jako kulturní praxe, představuje jeden z mnoha přístupů ke studiu mediálních textů. Nejedná se o jednotnou metodu, nýbrž o několik různých přístupů. Jejich souhrn nabízí Arthur Asa Berger [1992]. Vedle již zmiňovaného zkoumání vztahu textu a žánru uvádí historické zkoumání vývoje žánru a studium popularity žánru, její nárůst a úpadek v určitém období. Mediálního vědce může dále zajímat souvislost jednoho žánru s jiným (jak a proč se některé žánry kombinují a vytvářejí tzv. hybridní žánry nebo subžánry). Další přístup spatřuje ve srovnávání textů a žánrů jednotlivých států⁵. Neméně zajímavé je analyzování charakteristik hrdinů a zloduchů v různých žánrech. Některé texty jsou postaveny na mytickém nebo folklorním základu, a proto je na místě zabývat se vlivem mýtů a folkloru na jednotlivé žánry. Předmětem analýzy mohou být dále rozdílná pojetí žánru v různých typech médií a rozdílná užití a uspokojení publika. Posledním přístupem, který zmiňuje, je zkoumání dopadu technických inovací na různé žánry [Berger 1992: 54-55].

⁴ Každý vědec, který se o takový přístup pokusí, má už zkušenosti s žánrem jako kulturní konvencí, a má tudíž už předem danou představu o zkoumaném textu, která ale nutně nemusí analýzu textu znemožňovat [Lacey 2000: 213].

⁵ Srovnávat produkce různých států může být přínosné z hlediska zkoumání reflexe společnosti a kultury v různých žánrech a textech [Berger 1992: 54].

Uvedený výčet představuje možné přístupy ke zkoumání mediálních textů z hlediska žánru, každý z nich má své opodstatněné místo v mediálních či filmových studiích, ale zabývat se každým by bylo nad možnosti diplomové práce. Vybrány proto byly jen některé z nich, a to ty, které dokáží nejlépe žánr reality TV charakterizovat a pracují s ním jakožto s textem. Stěžejní bude optika přístupu zabývajícího se kombinováním různých žánrů a vytvářením hybridních žánrů, kam reality TV spadá⁶. Jako doplňující přístup poslouží historické zkoumání vývoje žánru, přičemž uveden bude jeho stručný přehled. Zmíněno bude také srovnání dvou produkcí téhož mediálního formátu v různých zemích⁷.

I přesto, že zkoumání mediálních textů za pomoci žánrových kategorií bývá považováno za problematické, a to z důvodu obtížného rozlišení jednoho žánru od druhého a nesnadné prokazatelnosti shody porozumění mezi podavateli a příjemci [McQuail 2007: 297], představuje žánr častý analytický nástroj. Žánrové kategorie se podle Jane Feuerové [1992] vytvářejí na základě třech přístupů. Prvním přístupem je přístup *estetický*, který klade důraz na textuální vlastnosti žánru a posuzuje jeho uměleckost. Druhým přístupem je přístup *rituální*, který chápe žánr jako konvenční opakování směny mezi produkcí a publikem. Rituální vytváření obecných žánrových kategorií umožňuje vymezení žánru pevně spjatého s daným sociálním a kulturním kontextem, s kulturními zájmy a hodnotami. Třetím a zároveň posledním přístupem je přístup *ideologický*, který nahlíží na žánr jako na nástroj kontroly a reprodukování dominantní ideologie kapitalistického systému [Feuer 1992: 109]. Estetický přístup k vytváření žánrových kategorií koresponduje s textovým vymezením žánru a rituální přístup odpovídá kulturně konvenčnímu vymezení žánru. V rámci ideologického přístupu lze žánr chápat jako prostředek inzerentů k určení vhodné cílové skupiny pro jejich reklamu. Ideologický přístup pak představuje ekonomické pojetí žánru.

Jak uvádí Fiske [2003], s žánrovými kategoriemi často pracuje televize, která je vysoce zobecňujícím médiem. Většina televizních pořadů spadá do některé obecné televizní žánrové kategorie, které vznikají proto, že v případě televize dochází spíše k hledání podobností mezi pořady než k hledání jejich individuálních rozdílů [Fiske 2003: 109-110]. Lze určit mnoho kategorizací

⁶ V reality TV se míchají prvky fiktivních a faktuálních žánrů.

⁷ Různé podoby jednoho formátu v různých státech jsou pro žánr reality TV charakteristické.

televizních žánrů. Jednu z nich nabízí Berger [1992], a sice kategorizaci televizních žánrů na základě polarizace „emotivní – objektivní“, která má pomoci porozumět povaze jednotlivých žánrů. Televizní pořady dělí na *faktické*, *soutěžní*, *názorové* a *dramatické*, přičemž faktické pořady považuje za vysoce objektivní a slabě emotivní, soutěžní pořady za vysoce objektivní a silně emotivní, názorové pořady za málo objektivní a slabě emotivní a poslední dramatické pořady považuje za málo objektivní a vysoce emotivní [Berger 1992: 5-8].

Uvedená klasifikace televizních žánrů je problematická z důvodu operování s objektivitou. Ta je spíše chimérou, než něčím, podle čeho lze kategorizovat televizní pořady. Neméně sporné je používání emotivního pólu, protože například názorové pořady jsou často také plné emocí. Z uvedených důvodů není polarizace „emotivní – objektivní“ příliš vhodným nástrojem zkoumání povahy současných televizních žánrů. Pořady žánru reality TV, které jsou v poslední době velmi oblíbené mezi producenty i diváky, nelze zařadit pouze do jedné z Bergerových kategorií. Tyto pořady procházejí napříč všemi čtyřmi kategoriemi. Emotivně referují o skutečných událostech, často obsahují nějakou formu soutěže, objevují se v nich názory vystupujících a mají dramatický nádech⁸.

S objektivitou rozlišení žánrových kategorií souvisí hranice jednotlivých žánrů a jejich prolínání. Zatímco některé mediální texty jsou lehce rozpoznatelné, jiné se pohybují na hraně žánrových kategorií. „*Pořady vždy nesou základní charakteristiky daného žánru, ale zahrnují i některé vlastnosti jiných žánrů. Připsání pořadu k danému žánru zahrnuje rozhodnutí, které charakteristiky jsou nejdůležitější. [...] Každá nová show posouvá hranice žánru a rozvíjí jeho definici*“ [Fiske 2003: 111-112]. Mediální texty ležící na hranici mezi žánry představuje například reality TV, která je na hraně skutečnosti a fikce nebo reality show, která se již svým názvem pohybuje na hraně mezi realitou a představením [Jost 2006: 46].

V souvislosti s žánrem reality TV (ale i jinými žánry) se vyskytuje termín mediální formát, který představuje jakousi „*šablonu pro nakládání se specifickými tématy v mezích žánru*“ [McQuail 2007: 297]. Žánr je nadřazenou kategorií, která

⁸ Důkazem je pořad *Stodvanáctka*, který informuje o skutečných událostech dramatickým způsobem plným emocí.

obsahuje několik formátů⁹. Ovšem jak podotýká Lacey [2000], rozlišit pojem formát a žánr je v některých případech nemožné. Příkladem složitě rozlišení formátu a žánru jsou tzv. game show¹⁰. Ty jsou považovány jak za žánr, tak za formát. Charakteristickým znakem mediálního formátu a zároveň jeho výhodou je, že může být snadno prodán do jiného státu a tam se přizpůsobit lokálním podmínkám a kultuře [Lacey 2000: 206].

Velmi úspěšné formáty žánru reality TV, které byly prodány do několika zemí, představují game show *Who wants to be a millionaire*¹¹ a reality show *Big brother*¹². Jak uvádí Jane Roscoeová [2001], důvodem mezinárodního rozšíření je jednak to, že zakoupení již hotového formátu zmenší cenu produkce nového formátu, jednak oslabení rizika neúspěšnosti nového formátu. Ačkoliv se jedná o standardní formáty, ve většině zemí dochází k lokálnímu přizpůsobení, a to především z hlediska kulturních vzorců dané země. Dochází hlavně k textuálním inovacím, které reflektují lokální kontext, ale může dojít i k řadě technických změn¹³ [Roscoe 2001: 475].

⁹ Pořad žánru reality TV *Stodvanáctka* kopíruje formát tzv. cop show, který zahrnuje pořady založené na skutečných policejních případech [Pearson – Simpson 2001: 105-106].

¹⁰ Game show neboli kvíz show jsou populární televizní programy, které jsou charakteristické levnou a snadnou produkcí. Vystupující v nich známé osobnosti, které hostí buď další celebrity, a nebo obyčejné lidi, kteří často tvoří i publikum. Game show probíhají ve formě odpovídání na otázky nebo řešení zadaných úkolů a problémů, často za účasti napětí a vzrušení. Vítěz získá peněžitou nebo věcnou výhru [Pearson – Simpson 2001: 361].

¹¹ Tento formát, původem z Velké Británie, byl během několika let prodán do více než sedmdesáti zemí světa [Hill 2005: 20-21].

¹² Formát *Big brother* vytvořil producent John de Mol pro nizozemskou televizi Veronica channel. Poprvé byl vysílán v roce 1999 v Nizozemí a rychle se šířil do dalších zemí [Bignell 2005].

¹³ Produkční manažer australské verze *Big brother* uvedl, že cílem produkce bylo, aby *Big brother* vyjadřoval australskou národní identitu a životní styl. Změny byly patrné převážně na vile, která neměla charakter separace, ba dokonce vězeňského prostředí jako v zámoří. Nájemníci měli svým chováním vyjadřovat určitou ideu toho, co je to být Australanem [Roscoe 2001: 475-476].

3 ŽÁNŘ REALITY TV

Po obecném vymezení žánru se dostáváme ke konkrétnímu žánru reality TV. Tu lze považovat za žánr na základě obecných žánrových znaků, které uvádí McQuail [2007]¹⁴. Reality TV představuje rychle se rozvíjející televizní žánr, jehož popularita roste jak mezi producenty televizních pořadů, tak mezi televizními diváky. Jedná se o velmi flexibilní žánr, který obsahuje několik subžánrů a formátů¹⁵. Abychom mohli zkoumat žánr reality TV, musíme stanovit, jaké typy pořadů do něj patří a proč. Následující kapitola se proto pokusí vymezit oblast reality TV. Pro ilustraci budou používány převážně pořady vysílané televizí Prima, televizí Nova a Českou televizí. Lze předpokládat, že takové pořady zná český čtenář nejlépe, a bude si tak moci udělat jasnější představu o žánru reality TV.

Pro pochopení reality TV považuji za důležité zabývat se také vznikem a vývojem tohoto žánru. Vzhledem do historie se objasní jeho rozmanitost. Pořady reality TV mají mnoho příznivců, ale také odpůrců. Součástí zkoumání reality TV bude proto i její kritika, která se vyskytuje v odborných i laických kruzích, a která často vychází z nedostatečné znalosti žánru. Protože v definování žánru hraje roli i publikum a reality TV se těší jeho velké oblibě, bude jedna z podkapitol věnována také divácké recepci.

3.1 Vymezení žánru reality TV

Reality TV zahrnuje velké množství pořadů, které jsou kolikrát velmi rozdílné. Společným rysem jim zůstává to, že se jedná o pořady, ve kterých vystupují reální lidé nikoliv herci, a že situace, do kterých se dostávají, působí reálně. Tato kapitola se budu věnovat jednak širšímu vymezení, do kterého spadají různé typy reality show, jednak užšímu pojetí, do kterého patří pouze tzv. cop show. Důvodem vyčlenění cop show je to, že analyzovaný pořad

¹⁴ Těmito znaky jsou: shodné vnímání daného mediálního obsahu svými tvůrci i příjemci; zavedená identita mediálního obsahu, která zachovává známé konvence; tíhnutí mediálního obsahu k zachování kulturních forem, přestože i ony se mohou v rámci původního žánru měnit a vyvíjet; dodržování očekávané struktury vyprávění a tíhnutí k předvídatelné zásobě zpodobení; vlastní repertoár variant základních témat [McQuail 2007: 295].

¹⁵ Například reality show, ve kterých je skupina lidí prostorově izolovaná, reality game show, cooking show, show zabývající se domem a zahradou apod. Další ze subžánrů je tvořen pořady, které pojednávají o rekonstrukcích zločinů, záchranářských a policejních akcích. Reprezentantem takových pořadů je pořad *Stodvanáctka*, kterému se diplomová práce věnuje.

Stodvanáctka spadá právě do tohoto užšího vymezení reality TV. Častým a zároveň výrazným prvkem reality TV je interaktivita. Díky ní se reálný člověk (nikoliv herec) stává součástí pořadu. Takový pořad, do kterého reálný člověk zasahuje, a to například prostřednictvím telefonického hlasování, nabývá na reálnosti. Jinými slovy má blíže k realitě než k fikci, což je cílem reality TV. Pro důležitost interaktivity v rámci vymezení tohoto žánru ji bude věnována samostatná podkapitola.

3.1.1 Reality show

V širokém pojetí představuje žánr reality TV „*kategorii zahrnující rozsáhlou oblast zábavních pořadů o reálných lidech. Někdy bývá označována jako populární faktuální televize. Reality TV se pohybuje na hranici mezi informací a zábavou, dokumentem a dramatem*“ [Hill 2005: 2]. Reálnost situací, do kterých se lidé dostávají je do značné míry konstruovaná, důležité je, aby tyto situace působily dramaticky [Reifová 2004: 206]. Do širšího pojetí žánru reality TV spadají pořady reality show, které nabývají různých podob. Jak upozorňuje Jiráček, kategorie reality show je velmi rozmanitá, pořady se mezi sebou mohou lišit základním tématickým či dějovým zaměřením, zdůrazněním jednoho ze společných prvků¹⁶ nebo absencí jednoho ze společných prvků¹⁷ [Jiráček 2005: 164]. K nejčastějšímu rozlišení jednotlivých pořadů dochází na základě tématického zaměření. Lze rozlišit pořady zabývající se domem a zahradou¹⁸, vařením¹⁹, zdravým životním stylem²⁰, lidským vzhledem²¹ apod. Populárními se staly také pořady, ve kterých je skupina lidí dlouhodobě vystavena vypjatým podmínkám v důsledku izolování od okolního světa²². Jednotlivé typy pořadů mohou být propojovány²³.

¹⁶ Například v pořadu *Česko hledá superstar* bylo rozhodujícím dějotvorným činitelem hlasování diváků [Jiráček 2005: 164].

¹⁷ Například v pořadu *Pošta pro tebe* hlasování diváků absentuje [Jiráček 2005: 164].

¹⁸ *Jak se staví sen; Chalupa je hra; Rady ptáka Loskutáka*

¹⁹ *Ano, šéfe!; Prostřeno!*

²⁰ *Jste to, co jíte; Souboj v těžké váze*

²¹ *Nahá jsi krásná; Mladší o pár let*

²² *Big brother, Vyvolení*

²³ To můžeme sledovat v reality show *Dům snů*. Zde si samy soutěžní páry staví dům, který je zároveň jakýmsi vězením, ve kterém žijí izolovaní od okolního světa. Diváci nakonec rozhodnou, kterému z párů bude po dostavění dům patřit.

Ovšem i přes vnitřní rozmanitost reality show Jirák [2005] nachází společné rysy pořadů spadajících do této kategorie. Vždy se jedná o zábavní pořady, jejichž cílem je udržet pozornost diváka tradičními prostředky zábavy (vzbuzením očekávání, napětím, překvapivými zvraty). Zábavní složka se často zastírá tím, že se jedná o sociologický či psychologický experiment, popřípadě sondu do stavu národního vědomí²⁴. Podstatou pořadů bývá často soutěž o peníze nebo věcné ceny. Divák má nabyt dojem, že v hlavních rolích vystupují neherci, „lidé z davu“. Ve skutečnosti jsou účastníci pořadu často pečlivě vybíráni v konkurzech. Pořady, které operují s vystavením aktérů dlouhodobým vypjatým podmínkám, mají základní půdorys děje, ale nemají scénář v tradičním smyslu, konkrétní reakce účastníků jsou vyvolané inscenovanými podmínkami, do nichž vstupují. Tyto podmínky jsou stejně jako aktéři děje výsledkem předem připravovaného dramaturgického plánu. Inscenované podmínky vedou k předvádění konfliktních či emociálně vypjatých forem jednání, často v oblasti intimity, která se jinak do veřejného prostoru, kam televizní vysílání spadá, nedostává jako autentická, nýbrž pouze jako hraná [Jirák 2005: 162-163].

3.1.2 Cop show

V úzkém pojetí zahrnuje žánr reality TV pořady, které informují o skutečně spáchaných trestných činech jako jsou vraždy, násilná napadení, znásilnění, dále pak o záchranných akcích přímo z místa činu spolu s vyprávěním policistů, záchranářů, hasičů a obětí o tom, co prožili. Pořady obsahují také amatérské katastrofické nahrávky. Cílem těchto pořadů je upoutat pozornost diváků prostřednictvím působení na jejich emoce, funkce informovat ustupuje do pozadí ve prospěch spektakulární prezentace [srov. Kunczik 1995: 153]. Autentické záběry jsou často doplňovány také hranými scénami. Pro lepší orientaci v žánru cop show je důležité podotknout, že vedle *reality cop show* se rozvíjely *fikční cop show* neboli fikční policejní dramata. Ta ovšem nejsou předmětem diplomové práce, proto jim nebudeme věnovat další pozornost.

Rozvoji pořadů reality TV napomohl technologický rozvoj, díky kterému mohli jejich tvůrci používat minikamery, a získávat tak surový materiál, na jehož použití jsou tyto pořady vystavěny [Hill 2005: 17]. Ačkoliv první televizní

²⁴ Tak tomu bylo v případě pořadu *Největší Čech* [Jirák 2005: 162].

společností, která odvysílala populární reality sérii *Unsolved Mysteries* byla NBC, úspěch pořadů reality TV z policejního a záchranářského prostředí rozběhla až televizní společnost Fox TV [Hill 2005: 17]. Jako první uvedla Fox TV pořad *America's Most Wanted*, ale úspěšnějším byl až pořad *The Cops*, ve kterém vystupovali skuteční zločinci. Kamery doprovázely policii na místa činu a bezostyšně natáčely nejen oběti, ale také podezřelé, ze kterých se na obrazovce rychle stávali zločinci. *The Cops* pojednával také o tématech jako satanský kult, prostituce a zneužívání dětí [Prokop 2005: 327].

Pořad *The Cops* byl důkazem toho, že se nová podoba televizních obsahů snaží realitu spíše kontrolovat než ji popisovat a zkoumat [Bignell 2005: 5]. V *The Cops* docházelo ke stírání hranic mezi skutečností a fikcí, pořad si „osvojil vizuální podobu dokumentu společně se souborem fikčních znaků“ [Bignell 2005: 108]. Populární byl také večerní zpravodajský pořad *A Current Affair*, který informoval o senzacích a hlubokých lidských příbězích. Nejednalo se o klasický dokument, ale spíše o inscenovanou show, tzv. infotainment, docutainment nebo reality news [Prokop 2005: 327].

3.1.3 Interaktivita

Významným prvkem nejen pořadů reality show, ale i celé současné mediální krajiny, je interaktivita. Umberto Eco [2000] mluví o současné televizi jako o tzv. neotelevizi²⁵, která „*stále míň mluví [...] o okolním světě, mluví stále víc o sobě a o svých stycích se svými diváky*“ [Eco 2000: 90]. Neotelevize potřebuje zabránit tomu, aby divák přepínal na jiné stanice, kterých má na výběr velké množství [Eco 2000: 90]. Vzkazuje divákům: „*Oznamuji ti, a věz, že to je zázrak, že se na mě díváš, pokud tomu nevěříš, tak se o tom přesvědč, vytoč tohle číslo, zavolej mi a já ti odpovím*“²⁶ [Eco 2000: 90]. Jak podotýká Su Holmesová [2004], současná televize (ale i jiná média) potřebuje interaktivitu ke svému úspěchu. To znamená, že televize musí nabízet participační vztah mezi divákem a obrazovkou. Interaktivita nejčastěji spočívá v aktuální, fyzické interakci ve formě

²⁵ V protikladu k neotelevizi stojí tzv. paleotelevize, kterou mimo jiné charakterizuje to, že si její diváci byli schopni zapamatovat názvy všech pořadů i osob, které v ní vystupovaly [Eco 2000: 89].

²⁶ Telefon je v neotelevizi velmi oblíbeným médiem, používá se jak ve zpravodajství, tak v různých kvíz show [Eco 2000: 98]. „*Ustavuje spojení mezi živým srdcem televize a živým srdcem publika. Je to triumfální znak přímého vstupu diváka do jejích prostor, magický znak a pupeční šňůra. Vy jste my, vy se můžete stát součástí naší podívané*“ [Eco 2000: 98].

voleb, rozhodnutí a komunikativního vstupu do mediálního systému, jinými slovy spoléhá na zpětnou vazbu. Interaktivita je obecně spojována s novými komunikačními technologiemi, mediální konvergencí a tendencí vzdalovat se od přenosového modelu komunikace. Užívání pojmu interakce ve vztahu k televizi nabízí mnoho potenciálních významů [Holmes 2004: 214-218].

Kim a Sawhney [2002] uvádí, že interaktivitu televize lze chápat na mikro nebo makro úrovni. Televize je v rámci mikro úrovně komunikační a informační platformou interakcí mezi uživateli a médii i mezi uživateli navzájem. V rámci makro úrovně je interaktivní televize modelem organizování informací a komunikačních technologií uvnitř širšího historického pozadí [Kim - Sawhney 2002: 218]. Jinými slovy, makro úroveň čili mediální technologie umožňuje divákům na mikro úrovni interaktivně se spolupodílet na tvorbě mediálních obsahů a interaktivně si volit programy, a plánovat tak svoji mediální konzumpci²⁷.

Díky interaktivní podstatě reality show má divák možnost podílet se na ději a ovlivňovat jeho vývoj. Reality show oslovuje široké publikum, proto se účastníkem může stát teoreticky kdokoliv. Účastník show je pak považován za jednoho z publika [srov. Jiráček 2005: 163-164, 167]. Tím, že v pořadech reality TV vystupují lidé z publika, dochází k identifikaci diváka s obsahy a aktéry pořadů. Identifikace diváka s obsahy pořadů cop show, jejichž příkladem je pořad *Stodvanáctka*, je podtržena důrazem těchto pořadů na každodenní subjektivní otázky, na společenské a morální konvence, problém jejich překračování a na emocionální reakce na různé podněty [srov. Jiráček 2005: 167; Reifová 2004: 206].

²⁷ Pyungho Kim a Harmeet Sawhney spojují koncept interaktivity s tzv. zplnomocněním uživatelů [Kim - Sawhney 2002: 221].

3.2 Vznik a vývoj žánru reality TV

O úspěšných pořadech reality TV se často mluví jako o nových formátech, které vznikaly v důsledku marketingového tahu odehrávajícího se převážně v devadesátých letech 20. století. V té době došlo k nasycení diváků fikcí a televize potřebovaly něco více realistického. Výsledkem byl vznik hybridních pořadů, které čerpaly z již existujících televizních žánrů. Rozvíjely se zábavné formy zpravodajství neboli infotainment, nepřiznané mystifikace neboli faction nebo hrané dokumenty nazývané také docu-dramata či docu-soapy. Pořady reality TV navazují právě na tyto hybridní formy [srov. Hill 2005: 14; Jiráček 2005: 164-165]. Rozvoj žánru reality TV je podle Hillové *„příkladem toho, jak televize kanibalizuje sebe sama, aby přežila, používáním již existujících žánrů k vytvoření úspěšných hybridních pořadů, které střídavě vytváří ‚nový‘ televizní žánr“* [Hill 2005: 24].

Na základě rozmanitosti pořadů spadajících do žánru reality TV se zdá, že jediné, co je vlastně spojuje je název, resp. přítomnost slova realita v názvu, která má divákovi sugerovat představu, že na obrazovce sleduje autonomní skutečnost existující nezávisle na televizním vysílání [Jiráček 2005: 165]. Přesto lze vysledovat jejich společné kořeny a vlivy, a lépe tak žánru reality TV porozumět. Tato kapitola se proto zaměří na původ reality TV a jeho vývojové větve, na základě kterých lze identifikovat zavedené žánry, z kterých reality TV čerpá. Dále bude sledovat proces šíření tohoto žánru a jeho podobu v různých zemích.

3.2.1 Původ žánru reality TV

Podle Hillové [2005] lze původ žánru reality TV hledat ve třech oblastech mediální produkce, kterými jsou bulvární žurnalistika, dokumentární televize a populární zábava. Hillová tyto tři oblasti zároveň považuje za tři větve rozvoje žánru reality TV [Hill 2005:15]. Vývoj tohoto žánru ale neprobíhal v samostatných oddělených větvích, jak by mohlo z uvedené klasifikace vyplývat. Zmíněné oblasti mediální produkce se navzájem ovlivňovaly, a vznikaly tak hybridní formy reality TV.

Populární zábava, tak jak ji popisuje Hillová [2005]²⁸, představuje spíše konkrétní typ reality TV než oblast, ve které lze hledat kořeny tohoto žánru. Nelze ji proto stavět na stejnou úroveň jako bulvární žurnalistiku nebo dokumentární televizi. Pokud bychom populární zábavu chápali širěji, jednalo by se o kategorii zastřešující zbývající dvě oblasti, protože složka zábavy je přítomna jak v bulvární žurnalistice, tak v televizní dokumentaristice. Z uvedených důvodů budeme za kořeny reality TV považovat pouze bulvární žurnalistiku a dokumentární televizi spolu s dokumentárním filmem²⁹. Nejprve se budeme zabývat vlivem starší mediální oblasti, a sice bulvární žurnalistikou. Reality TV z ní čerpá převážně svůj obsah. Poté se dostaneme k filmové a televizní dokumentaristice, které reality TV vděčí především za svou formu zobrazování.

3.2.1.1 Bulvární žurnalistika

Bulvární žurnalistika neboli masový tisk se začal rozvíjet od první třetiny 19. století ve Spojených státech amerických a ve Francii, od druhé poloviny 19. století pak v dalších zemích například v Německu, Anglii a Rakousku-Uhersku. Vedle masového tisku existoval tzv. seriózní tisk určený pro vzdělanější publikum a vyznačující se nižším nákladem a odlišnou skladbou. Masový tisk se věnoval populárním tématům, do kterých spadaly kriminální příběhy, sex a zábavně podaná politická témata. Využíval výraznější grafickou podobu, ilustrace a později také fotografie. Ve Spojených státech amerických a ve Velké Británii se vžil pojem žlutý tisk, v českém prostředí pojem bulvární tisk. Masový tisk se často označoval také jako senzační noviny. Označení je odvozeno od skutečnosti, že noviny věnovaly velkou pozornost senzacím, tedy událostem působícím rozruch a překvapení veřejnosti. Bulvární noviny využívaly vedle senzací také skandály čili události spojené s porušováním společenských hodnot a norem [Jirák – Köpplová 2003: 29-31].

²⁸ Pojmeme populární zábava zastřešuje pořady spadající do kategorií talkshow, gameshow apod. Takové pořady jsou většinou postaveny na interakci mezi celebritami a obyčejnými lidmi, ovšem v poslední době se objevují i pořady, kde obyčejní lidé vystupují jako celebrity. Popularita talkshow se projevovala už v padesátých letech 20. století, v době, kdy talkshow tvořily základ amerického nočního vysílání. V osmdesátých letech pak dominovaly dennímu vysílání. Více populární a rozšířené jsou game show [Hill 2005: 20-21].

²⁹ Silný vliv televizní dokumentaristiky zahrnující jednak britský sociální dokument, jednak americké direct cinema nebo francouzské cinéma vérité zdůrazňuje Bignell [srov. Bignell 2005: 8-13].

Pořady reality TV hojně využívají některé prvky bulvárního žurnalistiky. Pořad *Stodvanáctka* jakožto reprezentant žánru reality TV zábavnou formou informuje o kriminálních příbězích, pachatelích i jejich obětech stejně jako masový tisk dříve i nyní. Kriminální příběhy, často o sexuálních deliktech, jsou podpořeny senzacechtivými záběry a fotografiemi z místa činu, které způsobují rozruch a překvapení diváků.

V mediální krajině dochází k vzájemnému ovlivňování jednoho média druhým. Často tisk ovlivňuje televizi a televize zpětně ovlivňuje tisk. Proces vzájemného ovlivňování médií se odráží v reality TV, v jejíž případě lze sledovat nárůst novinových článků týkajících se účastníků či účinkujících těchto pořadů. Hillová podotýká, že v oblasti faktuální zábavy dochází často k tomu, že se diváci reality TV vrací k bulvárním novinám, kde hledají další informace o jejich oblíbeném pořadu a o účinkujících³⁰ [Hill 2005: 16].

3.2.1.2 Filmová a televizní dokumentaristika

Fenoménu reality TV nelze porozumět bez toho, aniž by se zvažovalo jeho místo v širším kontextu audiovizuální dokumentace. Vedle bulvárního žurnalistiky bývají počátky reality TV spojovány s dokumentární televizí a dokumentárním filmem. Jak poznamenává Bignell, reality TV navazuje na televizní dokumentární tradici, ale zároveň porušuje její zažitá konvence [Bignell 2005: 8]. Nové faktuální pořady totiž poskytovaly nejen informace, ale také zábavu³¹. Tyto pořady lze podle Hillové považovat za předchůdce mnohých pořadů současné populární faktuální televize [Hill 2005: 17].

Hlubší kořeny reality TV lze najít ve filmovém dokumentu, převážně v tzv. direct cinema a cinéma vérité. Direct cinema je přístup, který se podle Bignella [2005] objevuje v šedesátých letech 20. století ve Spojených státech amerických a je založen na pozorování spíše než na polemice a komentářích. Události se neanalyzovaly, pouze se odkrývaly skrze svědectví kamery. Natočené dokumenty měly působit důvěrně, bezprostředně. Cílem bylo zachytit události

³⁰ Nemusí se jednat pouze o tisk bulvární, ale i o seriózní tisk (například o pořadu *Česko hledá superstar* informoval deník MF Dnes, který bývá řazen k serióznímu tisku).

³¹ Zábavné zpravodajské příběhy poskytovaly pořady jako *Tonight* (BBC, 1957-1965) nebo *Nationwide* (BBC, 1969-1984) [Hill 2005: 17].

nebo individuální příběhy v reálném čase [Bignell 2005: 11]. Direct cinema přineslo řadu technických inovací, které později využíval žánr reality TV.

Jak uvádí Roberta E. Pearsonová a Philips Simpson [2001], nástup direct cinema je spojen s počátky používání lehce přenosné ruční kamery³² a synchronizovaných zvukových nahrávek. Technologie direct cinema tak podporovala iluzi, že dochází k zachycení reálného světa. To byla výhoda oproti dřívějším dokumentům, které takové technické možnosti neměly, a tudíž byly považovány za umělé [Pearson - Simpson 2001: 142]. Filmoví tvůrci se stali reportéry a jejich díla byla k vidění v televizi [Monaco 2004: 321]. Bignell [2005] zdůrazňuje, že docházelo k pozdějšímu upravování, a to i přesto, že záběry byly v podstatě improvizované, bez předchozího scénáře. Filmoví tvůrci používali především juxtapozici³³, aby tak docílili dramatické struktury jednotlivých záběrů [Bignell 2005: 11].

Hlavním principem direct cinema bylo podle Jamese Monaca [2004] nezapojování filmových tvůrců do akce. Pro zachování pocitu reality byla kamera všudypřítomná a vševidoucí a natočilo se několik stovek hodin filmu. Ve stejnou dobu využívalo podobných principů také francouzské cinéma vérité, které se od direct cinema lišilo v přiznání, že přítomnost kamery způsobuje rozdíl mezi skutečností a natočenou skutečností [Monaco 2004: 322-323]. Francouzští filmoví tvůrci se viděli jako participativní pozorovatelé [Bignell 2005: 12]. Fakt, že přítomnost kamery ovlivňuje chování objektů, francouzští filmoví tvůrci nejen přiznali, ale také využívali [Monaco 2004: 323]. Například francouzský filmař a průkopník vizuální antropologie Jean Rouch způsobem prací s kamerou ovlivňoval subjekt filmu s cílem vyvolat pravdu [Pearson -Simpson 2001: 142].

Žánr reality TV se nechal inspirovat přístupem direct cinema převážně v oblasti technických inovací, práci s kamerou, zvukem apod. Podle Bignella [2005] je reality TV, stejně jako direct cinema či cinéma vérité, založena na zpovídání lidí ze svých pocitů a zkušenostech a jejich proměně v čase. Oproti ranějším formám dokumentární tvorby ale reality TV rozmazává hranici mezi soukromým a veřejným, mezi osobní zkušeností a veřejným světem. Další odkaz

³² Záběry ruční kamery jsou nestálé a trhané, proto vypadají jako amatérské. To posiluje pocit bezprostřednosti a věrohodnosti faktuálních pořadů [Deacon et al. 1999: 203].

³³ Umístění obrazů za sebe.

filmové dokumentární tradice žánru reality TV spočívá v ideologii sebezdokonalování [Bignell 2005 :13]. Ta je přítomná v mnohých formátech reality TV, explicitně v těch, které se zabývají přímo proměnou vzhledu, implicitně pak v reality show, kde se účastníci mohou naučit sebeovládání a jednání s lidmi³⁴.

3.2.2 Tři vlny šíření žánru reality TV

Žánr reality TV se začal rozvíjet zejména od konce osmdesátých let 20. století [Reifová 2004: 206]. Poprvé byl termín reality TV použit pro označení britského pořadu *Crimewatch*, který se zabýval rekonstrukcí kriminálních činů [Bignell 2005: 5]. Pořady z kriminalistického a záchranářského prostředí zároveň podle Hillové [2005] představují první vlnu šíření žánru reality TV. Tu lze sledovat v pozdních osmdesátých a ranných devadesátých letech 20. století, kdy byly tyto pořady velmi populární. Vznikaly převážně ve Spojených státech amerických a odtud se šířily do Evropy. V druhé vlně, která přišla v polovině devadesátých let, vznikaly především docu-soapy a pořady věnující se životnímu stylu (zdraví a vzhledu, bydlení, zahrádkářství a kutilství). Jejich ohniskem byla především Velká Británie, odkud se šířily do zbytku Evropy. Třetí vlna pořadů reality TV byla založena na úspěchu tzv. sociálních experimentů, při kterých byla skupina lidí na určitý čas umístěna do kontrolovaného prostředí a na úspěchu různých gameshow. Pořady třetí vlny se šířily nejčastěji ze Severní Evropy do Velké Británie, Spojených států amerických a zbytku světa na začátku 21. století [Hill 2005: 24].

Současná reality TV má mnoho podob. Ve Spojených státech amerických vedou kriminalistické pořady a pořady týkající se lidských vztahů, ve Velké Británii a Austrálii jsou populární pořady o životním stylu a sociální experimenty a Severní Evropa pracuje na stále nových typech reality gameshow [Hill 2005: 24]. V českém mediálním prostředí se rozvíjejí všechny zmiňované typy reality TV a stávají se nedílnou součástí televizních programů jak České televize, tak komerčních televizních stanic Nova a Prima.

³⁴ *Big brother; Vyvolení*

3.3 Kritika reality TV

Pořady reality TV jsou v poslední době častým tématem debat o mediálních obsazích nejen českého televizního vysílání. Vyvolávají velkou pozornost jak mezi diváky, tak mezi mediálními odborníky či psychology. Někteří si je oblíbili, jiní je zatracují. Jak uvádí Jiráček [2005] a Hillová [2005], kritici mluví v souvislosti s reality TV o úpadku kultury, voyeurství, senzacechtivosti, nebezpečném zastření hranic mezi fikcí a skutečností a vůbec negativním vlivu na moderní společnost. Žánr reality TV je často diskutován v rámci vztahu k mediálním účinkům a kulturním, sociálním a morálním hodnotám. Hillová uvádí, že v rámci *Kampaně pro kvalitní televizi* v roce 2003 bylo o reality TV pojednáváno jako o „morálním a intelektuálním zbídačením současného života“ [Hill 2005: 7].

Zpravodajství o násilí a pořady reality TV jako *The Cops* nebo *Stodvanáctka* vyvolaly řadu diskusí o tom, kde leží hranice mezi tím, co je přípustné ukazovat a co už nikoliv. Kunczik [1995] uvádí německý dokument *Zásady proti zlehčování a glorifikaci násilí v televizi ARD*, který se k reality TV vyjadřoval negativně již v dubnu roku 1993. Dokument je silně negativně hodnocen a k obsahu reality TV se vyjadřuje následovně: „Každá výzva k voyeuristickým choutkám a primitivní touze po senzaci je nepřipustná. Lidské utrpení, průběh umírání (např. po nehodách) se v žádném případě nesmí stát ústředním předmětem zdánlivě autentické reportáže. Směšování fikce a skutečnosti a cynické využívání ran osudu nebo katastrofických situací je nepřipustné. Je nutné dbát veškerých práv osob postižených, tzn. že soukromí nesmí být porušováno, hranice studu a důstojnost člověka nesmí být zraňovány“ [Kunczik 1995: 153].

S možným porušováním práv postižených osob kritici spojují tzv. sekundární viktimizaci, která je podle nich nezamýšleným negativním důsledkem takových pořadů. Sekundární viktimizace je „proces, během něhož se oběť násilného činu [...] stane na základě medializace případu obětí podruhé. Sekundární viktimizaci mohou vyvolat novináři, kteří konkrétní kriminální případ zpracovávají, jelikož zveřejnění případu může zavinit stigmatizaci oběti nebo iniciovat stigmatizaci oběti ze strany nejbližšího okolí“ [Reifová 2004: 312]. Oběť se bojí, že bude sociálním okolím rozpoznána, nebo že dojde k recidivě trestného

činu, ale na druhou stranu může dojít prostřednictvím sekundární viktimizace k příznivému psychologickému zpracování negativního zážitku [Kunczik 1995: 154].

Hillová [2005] podkopává kritiku žánru reality TV upozorněním na rozvoj a rozmanitost tohoto žánru v posledních letech. Kritici si často neuvědomují, že se jedná o velmi různorodý žánr, a že při jeho analýze musíme brát jeho rozmanitost v potaz. Ta pramení z odlišného historického vývoje televizního vysílání v různých zemích. Velká Británie a část Severní Evropy má dlouholetou tradici veřejného vysílání a dokumentární televize, která se odráží v určitých typech pořadů reality TV. Oproti tomu Spojené státy americké mají tradici komerčního vysílání bez silnějších dokumentárních prvků. To se také odráží v typech pořadů reality TV, které obsahují více komerční a zábavní prvky a postupy [Hill 2005: 7-8].

3.4 Recepce reality TV

Recepční analýza je vedle textové analýzy nedílnou součástí studia žánru. Mnohá zjištění výzkumů zabývajících se recepcí pozměňují definice žánrů a vyvrací současná stanoviska. V případě žánru reality TV se v různé míře sledovanosti jednotlivých pořadů odráží rozmanitost tohoto žánru. Hillová [2005] uvádí, že dokonce pořady podobného formátu mají odlišnou míru sledovanosti³⁵. Reality TV je sice velmi populární žánr, ale diváci rozeznávají dobré a špatné programy spadající do tohoto žánru³⁶. Důležitým bodem divácké recepce je kritické sledování chování obyčejných lidí, kteří v pořadech vystupují. Diváci jejich chování hodnotí, souhlasí s ním nebo nesouhlasí, představují si, jak by se v dané situaci zachovali oni sami apod. Kriticky si všímají nejen chování účinkujících, ale také postupů a idejí autorů pořadu, které se v něm odrážejí [Hill 2005: 8-9].

Diváckou recepcí velmi populárního formátu se zabývala Hillová [2002]. Analyzovala reality show *Big brother* jako příklad nové faktuelní televizní zábavy a jejím hlavním cílem bylo zjistit, proč je tento formát tak populární u diváků. Nespokojila se s tvrzením některých autorů, kteří tvrdili, že popularita formátu *Big*

³⁵ Například pořad *Joe Millionaire* byl velmi úspěšný, oproti tomu pořad *Married by America*, který představuje velmi podobný formát, byl propadákem [Hill 2005: 8].

³⁶ Například americké publikum netoleruje takové pořady, při jejichž sledování diváci usoudí, že se s nimi jedná s určitým opovržením [Hill 2005: 9].

brother tkví v jeho voyeurismu, ani s tvrzením, že hlavní roli v jeho popularitě hraje interaktivita, čili fakt, že diváci rozhodnou o vítězi. Ve svém výzkumu hledala jiná vysvětlení³⁷ [Hill 2002: 323-324]. Pro potřeby výzkumu rozdělila faktuelní zábavní pořady do tří subžánrů. První skupinu tvořily programy založené na pozorování lidí v jejich každodenním prostředí (např. na letišti). Druhou skupinu představovaly informativní pořady, obsahující skutečné příběhy, které nás informují nebo něco vysvětlují (např. pořady z policejního a záchranářského prostředí, pořady týkající se domácnosti, zahrady). Poslední skupinu reprezentovaly pořady vytvořené speciálně pro televizi, v rámci kterých byli reální lidé vystavováni umělým situacím (např. izolace ve vilách, na pustém ostrově) [Hill 2002: 327-328].

Z výzkumu vyplynulo, že nejoblíbenějšími pořady jsou ty, které spadají do první a druhé skupiny. Pořady třetí skupiny jsou nejméně populárním typem faktuelních zábavních pořadů, přičemž popularita těchto pořadů roste s klesajícím věkem respondentů. Jedná se o formáty, které přináší úspěch minoritním kanálům, jejichž cílovou skupinou jsou mladí lidé s vzestupnou sociální mobilitou [Hill 2002: 328-330]. I přesto, že z výzkumu vyplynulo, že pořad *Big Brother* je nejméně populární, Hillová se zaměřila dále ve výzkumu právě na něj a hledala důvody dospělých lidí k jeho sledování. Respondenti nejčastěji uváděli, že je na sledování pořadu *Big brother* zajímavá pozorování lidí žijících bez moderního komfortu (například bez televize). Mezi další důvody sledování (seřazeno sestupně od nejčastějších) respondenti uváděli skupinové konflikty ve vile, zpovědní místnost, plnění úkolů od produkce a diváků, sledování lidí, kteří dělají běžné věci, sledování živého vyloučení z vily, povídání ex-účastníků o jejich zkušenostech atd.³⁸ [Hill 2002: 332-333].

³⁷ Výzkum byl realizován kvantitativní i kvalitativní metodou. V rámci kvantitativního postupu byl uspořádán survey s počtem respondentů 8 216 dospělých a 937 dětí. V rámci kvalitativního postupu byly realizovány focus groupy ve dvanácti skupinách (plus tři skupiny v rámci pilotáže) a hloubkové rozhovory s rodinami uskutečněné v jejich domácnostech. Výzkum probíhal v průběhu roku 2000 [Hill 2002: 338].

³⁸ Mezi důvody sledování pořadu se objevila i možnost povídání si o pořadu s lidmi ve svém sociálním okolí. To potvrzuje teorii o významu televize v každodenních interakcích. Diváci chtěli být součástí mediální události spíše přímo (ve formě sledování a povídání si o pořadu) než nepřímo (číst si o pořadu v tisku nebo na internetu). Jedním z nejméně oblíbených prvků pořadu bylo sledování intimních záležitostí účastníků. To se může zdát zarážející, ale statistiky ukazují, že britská populace nemá ráda vtíravou kameru ve faktuelní zábavě [Hill 2002: 333-334].

Hillovou vedle důvodů sledování pořadů reality TV zajímalo to, do jaké míry diváci věří realitě těchto pořadů. Z kvantitativního šetření vyplynulo, že padesát procent respondentů považuje příběhy o reálných lidech za *někdy reálné, někdy vytvořené produkcí*. Sociodemografické proměnné (věk, gender, třída) těchto respondentů se příliš nelišily. Pomocí kvalitativního přístupu zjišťovala, co si diváci myslí o realističnosti jednání účastníků, zda před kamerou hrají, nebo jednají přirozeně. Narážela na názory, že zpočátku účastníci mohou hrát, ale nevydrží to celou dobu a nakonec ukáží své pravé emoce, a to především v emotivně těžkých situacích. Dojem autenticity jednání účastníků je posílen tím, že si diváci představují, jak by oni sami jednali v podobných situacích. Ačkoliv jsou někteří diváci cyničtí ve vztahu k pravdivosti faktuálních zábavních pořadů, ideu autenticity takových pořadů neodmítají. Diváci posuzují autenticitu v pořadu *Big brother* podle toho, zda účastníci zůstávají opravdoví sami k sobě, nikoliv podle toho, zda program zobrazuje účastníky pravdivě [Hill 2002: 328, 334-336].

4 MEDIÁLNÍ KONSTRUKCE REALITY

Jak je patrné již ze samotného pojmenování žánru, reality TV se nějakým způsobem vztahuje k realitě. Zde si položíme otázku, zda pořady spadající do tohoto žánru realitu reflektují (tzv. reflexivní teorie) nebo ji vytvářejí (tzv. konstrukcionistická teorie) [srov. Reifová 2004: 108]. Reflexivní teorie je v mediálních studiích překonaná, většina autorů se přiklání ke konstrukcionistické teorii, jinými slovy k názoru, že média realitu vytvářejí, nikoliv zrcadlí³⁹. Blíže si jednotlivé teorie reprezentace reality v médiích vysvětlíme v další podkapitole.

Realita neexistuje sama o sobě, nýbrž pouze v podobě interpretace. *„Dokud není skutečnost interpretována či definována, je z hlediska sociální interakce neuchopitelná; resp. vlastně neexistuje. [...] Status skutečnosti získávají jen takové úseky skutečnosti, které jsou stvrzeny v mediálním zobrazení“* [Reifová 2004: 107]. A protože v současné společnosti hraje velkou roli vizuálně a zrak se stal jedním z nejdůležitějších smyslů, skrze který lidé vnímají okolní svět, jedná se většinou o audiovizuální mediální obsahy. Skutečnost je podle Josta redukována pouze na její vizuální stránku, a tak je existence události závislá na její schopnosti být vizualizována⁴⁰ [Jost 2006: 10]. Ještě dodejme, že definice reality není stálá. *„Realita je nejasná a nestálá a podléhá neustálé reinterpretaci. Realita nemá význam dříve, než je reprezentována a reprezentace se neodehrává až po události, ale stává se její konstitutivní součástí“* [Sedláková 2008: 146].

Masová média jsou jedním z nejmocnějších sociálních aktérů, kteří definují, a tedy i konstruují realitu ve společnosti [Reifová 2004: 107]. Silnou tendenci

³⁹ Výjimku představuje francouzský teoretik Jean Baudrillard, který přichází nikoliv s konstrukcí reality, ale s tzv. simulací reality. Podle něj je dnes velmi obtížné určit, co je originál, ale lze určit co je simulace – co je přepsáno, znovuoživeno [Gane – Arnaut – Lotringer 1997: 48]. V důsledku technické simulace a hojnosti obrazů, se už neklade otázka existence reality [Baudrillard 2001: 14]. *„Žijeme ve světě, kde nejvyšší funkcí znaku je umožnit realitě, aby zmizela, a toto zmizení současně ještě maskovat. [...] Média dnes nic jiného nedělají. [...] Nic už nadále nechce být exaktně pozorováno, ale pouze vizuálně absorbováno“* [Baudrillard 2001: 14]. Simulace ale není opakem reality, nýbrž opakem iluze. Iluze světa musí být zbavena nahodilosti, musí zmizet ve prospěch světa reálného, a to za pomoci simulace [Baudrillard 2001: 24]. *„Opakem simulace tedy není reálné, to je jen její zvláštní případ, opakem je iluze. A není žádná krize reality, právě naopak: reálného je stále víc, protože je produkováno a reprodukováno simulací a samo o sobě je pouhým modelem simulace“* [Baudrillard 2001: 24].

⁴⁰ Guy Debord mluví o spektaklu, jež se stal dominantním modelem světa [Debord 2007: 4]. Vše musí být spektakulární, jinak to není skutečné. *„Tam, kde se skutečný svět mění na pouhé obrazy, se pouhé obrazy stávají skutečnými [...]“* [Debord 2007: 7]. A právě masová média jsou nejdrtivějším povrchovým projevem spektaklu [Debord 2007: 9].

ke konstruování reality mají právě faktuální žánry jako je zpravodajství nebo reality TV. Proces konstruování reality v žánru reality TV je zřejmý, a proto bude jeho analýza v diplomové práci vycházet z konstrukcionistické teorie nikoliv z teorie reflexivní. Ke konstruování reality v pořadech žánru reality TV dochází podobně jako v žánru zpravodajství, a to za použití podobných strategií a konvencí, o kterých bude pojednáno dále. Zpravodajství stejně jako faktuální cop show má silnou schopnost konstruovat také normalitu ve společnosti, proto bude tomuto tématu věnována samostatná podkapitola.

4.1 Reflexivní versus konstrukcionistická teorie

Reprezentaci reality v masových médiích vysvětlují dvě protikladné teorie. Tou první je tzv. reflexivní teorie, druhou představuje tzv. konstrukcionistická teorie. „*Reflexivní teorie počítá s předem existující skutečností, kterou [...] masová média dovedou více nebo méně odrážet. [...] Stupeň shody mezi skutečností a jejím mediálním odrazem určuje míru objektivitu*“⁴¹ [Reifová 2004: 108]. Podle Schulze [2000] stojí tato teorie na předpokladu mocných médií, které dokáží publiku vnutit jejich obraz reality. Předpoklad vlivu masových médií na společnost, ve které pak dochází ke zkreslení skutečnosti, stojí na dvou premisách. První premisou je, že média jsou oddělena od společnosti, jsou něčím cizím, negativním, škodícím společnosti. Druhým předpokladem je, že funkcí médií je zrcadlit realitu, předkládat pravdivý obraz světa. Výsledkem tohoto přístupu je kritika médií zahrnující například negativní vliv násilí zobrazovaného v televizi na děti, negativismus a senzacionalismus ve zpravodajství apod. [Schulz 2000: 29-31].

Konstrukcionistická teorie se proti reflexivní teorii vymezuje především v názoru na povahu reality. Ta není v podání konstrukcionistické teorie předem danou entitou, ale začíná existovat až poté, co je interpretovaná. „*Podle konstrukcionistické teorie vzniká skutečnost až v důsledku definiční schopnosti záznamových soustav skutečnosti (např. masových médií); před aktem symbolického uchopení a vyjádření realita jako sociálně relevantní veličina neexistuje. [...] Masová média jsou v tomto pojetí chápána jako jeden*

⁴¹ Reflexivní teorie je pro analýzu pořadu *Stodvanáctka* nevhodná, protože nás nebude zajímat míra objektivity mediálního obrazu reality, nýbrž způsoby konstruování reality.

ze *sociálních konstruktérů sociální reality*“ [Reifová 2004: 108]. Proto je součástí konstrukcionistické teorie mediální konstruování reality. To je podle Renáty Sedlákové rozdílem od sociálního konstruování reality zpravidla jednosměrným procesem ze strany médií směrem k publiku⁴² [Sedláková 2008: 150].

Jak uvádí Schulz [2000], v rámci konstrukcionistické teorie dochází ke zpochybňování premis reflexivní teorie. Mediální systém je chápán jako integrální součást společnosti a jako aktivní prvek v sociálním procesu. Úkol médií nespočívá v zrcadlení reality, nýbrž v selekci událostí sociálního světa, jejich zpracování a interpretaci. Realita je zde považována za výsledek komunikace, nikoliv za její předmět jako v reflexivním pojetí [Schulz 2000: 31-32]. *„Mediální realita má dva odlišné prameny – jednak, ‚objektivně‘ existující události a charakteristiky, jednak mediálnímu systému vlastní zkušenosti a pravidla zpracování, ‚schémata‘ jejichž použití vede k selekci a strukturovanosti. [...] Pokud je realita vždy uchopitelná pouze prostřednictvím procesů zpracovávajících informace, pak se podíl pokřivení nedá nikdy přesně stanovit. Přezkoušení mediální reality subjektivně neovlivněným zpracováním informace [...] je nemožné“* [Schulz 2000: 32]. Vlastní pravidla zpracování, zmíněná schémata, mají také faktuelní žánry včetně žánru reality TV. Přejdeme tedy v následující podkapitole ke konkrétním způsobům konstruování reality.

4.2 Konstruování reality ve faktuelních žánrech

Analyzovaný pořad *Stodvanáctka* je reprezentantem hybridní formy skládající se ze zábavní a zpravodajské složky. Přítomnost zpravodajských prvků a principů ve *Stodvanáctce* vedla k použití analytických nástrojů využívajících se převážně pro analýzu zpravodajských obsahů. Ke konstruování reality ve *Stodvanáctce* dochází na základě podobných strategií jako v pořadech spadajících do žánru zpravodajství. Teoretická i metodologická východiska byla proto čerpána z odborné literatury zabývající se žánrem zpravodajství, který je na rozdíl od mladšího žánru reality TV podrobněji teoreticky i metodologicky uchopen.

⁴² Výjimku mohou tvořit tzv. nová média, v jejichž případě je interaktivita jedním ze základních prvků [Sedláková 2008: 150]. Výjimkou jsou i některé typy reality TV, ve kterých se příjemci stávají zároveň tvůrci sdělení.

Pořady obou žánrů realitu nereflektují, ale tím, že vybírají, seřazují a popisují určité události, ji spíše konstruují. Gaye Tuchmanová [1978] uvádí, že aktivní roli tvůrců zpravodajství a zpravodajských organizací zdůrazňuje interpretativní přístup ke zpravodajství. Ten nepředpokládá, že sociální struktura produkuje normy, které pak určují, co je zpravodajsky významné a co nikoliv. Zpravodajství tak není zrcadlem společnosti a událostí, které se v ní odehrávají, nýbrž samo tyto události formuje [Tuchman 1978: 183-184]. Myšlenka, že „*realita [...] zpravodajské obsahy nepředchází a neodráží se v nich, ale vzniká (je konstruována) teprve ve chvíli, kdy je definována*“ [Reifová 2004: 107] se v rámci studia zpravodajství začíná objevovat v sedmdesátých letech a je spojována především s Winfriedem Schulzem a výše Gaye Tuchmanovou [Trampota 2006: 11]. Díky nim se sociální konstruktivismus známý spíše z oblasti sociologie⁴³, začal uplatňovat i v mediálních studiích [Trampota 2006: 11].

Tuchmanová při vysvětlování konstrukce reality ve zpravodajství pracuje s pojmy reflexivita a indexikalita⁴⁴, které chápe jako „*integrální součásti přeměny událostí ve zpravodajské příběhy*“ [Tuchman 1978: 189]. Tyto pojmy lze využít také pro pochopení konstrukce reality ve *Stodvanáctce*. Reflexivita znamená, že zpravodajské obsahy tím, že popisují realitu, jí zároveň dávají význam a vytváří ji. Interpretace těchto obsahů se tak stává součástí reality. Produkce zpravodajských obsahů je reflexivně zakotvena v politickém kontextu a v kontextu organizačních rutin, které ovlivňují jejich výslednou podobu, a tím i podobu reality. Indexikalita zpravodajských obsahů určuje to, že sociální aktéři mohou přepisovat význam událostem bez ohledu na kontext, ve kterém byly produkovány. Zpravodajské příběhy jsou tak prezentovány indexikálně, a to i přesto, že jejich produkce je reflexivní [Tuchman 1978: 189-192].

⁴³ Především z díla Peter L. Bergera a Thomase Luckmanna *Sociální konstrukce reality: pojednání o sociologii vědění* [česky 1999].

⁴⁴ Vypůjčuje si je od interpretativních sociologů, jmenovitě od Herolda Garfinkela.

4.2.1 Konstruování normality

Masová média mají schopnost konstruovat sociální realitu také ve vztahu ke kriminalitě [Kunczik 1995: 145] a definovat tak, co je ve společnosti považované za normální a co naopak za deviantní. Média tím, že podporují hodnotový a normativní systém dané společnosti, mají tendenci potvrzovat společenský status quo, a to jednak tím, co se v nich objevuje, jednak také tím, co se v nich neobjevuje [McQuail 2007: 400]. Reportáže *Stodvanáctky* odhalující zločiny a zločince přispívají k utvrzování toho, co je ve společnosti považované za normální a co za deviantní. Explicitním stanovením toho, co je deviantní, dochází často k implicitnímu stanovení toho, co je normální a naopak. Jak konstatuje Fiske, pomocí kategorie abnormality dokáží zpravodajské žánry dokonce konstruovat podobné způsoby porozumění různým událostem, jakými jsou například vražda a pracovní spor [Fiske 2003: 284].

Zprávy z kriminalistického prostředí se těší velké oblibě a jejich výskyt v mediálních obsazích je velmi častý⁴⁵. Diváci pak mohou nabýt falešného dojmu, že okolní svět je plný kriminality, a tudíž nebezpečný. Za zmínku stojí souvislost mezi negativitou a elitářstvím ve zpravodajství. Fiske podotýká, že o pozitivním, normy potvrzujícím jednání elity bývá referováno často, zatímco o jednání těch, kteří nemají sociální moc, jen když se jedná o jednání deviantní [Fiske 2003: 286]. Důležitým aspektem zpravodajství o reálném násilí je recepce tohoto zpravodajství samotným publikem. Michael Kunczik konstatuje, že zpravodajství o kriminalitě zaujímá největší pozornost publika. Zprávy o násilí vyvolávají emocionální reakce a lidé si je pamatují déle [Kunczik 1995: 146].

⁴⁵ Příkladem je pořad *Stodvanáctka*.

4.2.2 Strategie a prostředky konstruování reality

4.2.2.1 Zpravodajské hodnoty

Reality TV má stejně jako zpravodajství stabilní, předvídatelnou povahu. To způsobují organizační rutiny, kterým podléhá výběr, zpracování a zařazení jednotlivých zpráv do vysílání [Jiráček - Köpplová 2003: 77]. Do organizačních rutin spadají tzv. zpravodajské hodnoty, kterými se rozumí „*všechny faktory, jež v daném období a daném sociálním a kulturním prostředí rozhodují o zařazení zprávy do zpravodajství a o způsobu jejího zpracování, tedy o tom, že nějaké téma či nějaká událost překročí ‚práh pozornosti‘ médií*“ [Jiráček - Köpplová 2003: 77]. Zpravodajské hodnoty rozhodují o tom, která událost se stane zprávou⁴⁶. Existuje několik klasifikací zpravodajských hodnot. Mezi zpravodajské hodnoty, které uvádí Johan Galtung a Mari Rugeová, patří negativita, vztah k elitním národům a elitní osobám, personalizace, jednoznačnost, kulturní blízkost atd. [Galtung – Ruge 1973: 66-70]. Se zpravodajskými hodnotami se pracuje také v žánru reality TV. Například negativitu využívají cop show⁴⁷, přítomnost elitních osob je typickým rysem talk show, kulturní blízkost se odráží v lokálním přizpůsobování formátů atd.

4.2.2.2 Diskursivní strategie omezování a kontroly

Vedle konstruování reality pomocí zpravodajských hodnot dochází ke konstruování reality pomocí strategií omezování a kontroly⁴⁸ [Fiske 2003: 283]. K tomu dochází prostřednictvím svébytného zpravodajského diskursu, který představuje „*soubor konvencí, které usilují o kontrolu a omezení významů událostí, které jsou sdělovány*“ [Fiske 2003: 282]. Zpravodajský diskurs je složený ze znaků, které jsou kombinovány prostřednictvím významů kódů [Hartley 2005: 11]. Má tendenci potvrzovat jedinečnou, uni-akcentuální hodnotu znaků [Hartley 2005: 24]. To podtrhuje jednoznačnost a jedinečnost významu daného znaku. Fiske [2003] podotýká, že uzavírat význam znaků, a tudíž vytvářet významy událostí pomáhá metaforický jazyk používaný ve zpravodajství.

⁴⁶ V případě *Stodvanáctky*, která událost se stane obsahem reportáže.

⁴⁷ Příkladem je *Stodvanáctka* a její reportáže o spáchaných trestných činech jako jsou vraždy, znásilnění, týrání dětí apod.

⁴⁸ O dalších diskursivních strategiích a prostředcích pojednává kapitola 7.3.1.2 Diskursivní analýza.

Z metafor, které se vyskytují ve zpravodajských příbězích, se stává klišé a jejich metaforická povaha je v důsledku nerozpoznatelná. Zpravodajství se tak může tvářit, a také tváří, jako metonymické. To znamená, že pečlivě vybírá lidi a události zastupující komplexnější verzi reality [Fiske 2003: 291-293].

Zpravodajství i reality TV chtějí být objektivní. Objektivita je ale ve skutečnosti pouze zdánlivá. Hlavním principem, který ji má ve faktálních žánrech potvrzovat, je pravdivé autorství. Fiske se domnívá, že „*centrálním prostorem objektivit je studio spolu s moderátorem, který není autorem vlastního diskursu, ale mluví objektivním diskursem pravdy. Moderátorovy vlastnosti, jako spolehlivost a důvěryhodnost jsou často využity k potvrzení objektivit zpravodajského diskursu*“⁴⁹ [Fiske 2003: 288]. Diskursivně podřízení moderátorovi ve studiu jsou reportéři, kteří slouží jako prostředek mezi „*surovou realitou a finální pravdou vyřčenou moderátorem*“ [Fiske 2003: 288]. Jejich podřízenost pramení ze subjektivity, jejich pravdy jsou jmenovité, nikoliv odosobněné jako obecná pravda moderátora [Fiske 2003: 288]. Reportéři ale většinou mají oproti moderátorovi výhodu role krátkodobého očitého svědka, na které vždy stála jejich legitimita⁵⁰ [Jost 2006: 65-66].

Diskursivně nejvzdálenější od studia jsou očití svědci, kteří promlouvají z reality, a proto je potřeba podrobit jejich promluvy diskursivní kontrole [Fiske 2003: 288]. Pravda náležející moderátorovi závisí na autenticitě očitých svědků, která „*maskuje produktivní roli diskursu při tvorbě významů a situuje tyto významy do samotných událostí*“ [Fiske 2003: 288-289]. Síla očitých svědků spočívá ve vyprávění v první osobě, které „*vždy vyvolává silný dojem skutečnosti, [...] proto dnes média před slovy novinářů nebo odborníků dávají přednost svědectví anonymů, kteří zajišťují audiovizuální zobrazení vlastního příběhu. [...] To, co televizní divák vidí, je povýšeno na roveň žité skutečnosti*“ [Jost 2006: 65-66]. I když současná televize upřednostňuje svědectví anonymů, prostor dostávají také odborníci. Jost podotýká, že i jim je přisuzováno pravdivé autorství. Jejich status

⁴⁹ Důvěryhodně působí také moderátor *Stodvanáctky*, a to především díky na webových stránkách TV Nova deklarováným přátelským a důvěrným stykům s policejními, hasičskými či záchranářskými složkami [Nova.cz 2009c].

⁵⁰ V případě *Stodvanáctky* je často moderátor zároveň reportérem. Dochází tak k dvojitému potvrzení pravdy - setkává se objektivní diskurs pravdy moderátora a očitě svědectví reportéra.

pravdivosti, narozdíl od svědků, zůstává zachován i mimo televizi, po skončení pořadu⁵¹ [Jost 2006: 64].

Dalším prvkem, který má podtrhovat objektivitu zpravodajských obsahů je okamžitost, která „*implikuje, že v televizním zpravodajství není čas na editorské práce, a že tudíž přináší události tak, jak se staly*“ [Fiske 2003: 289]. Realita je ve faktuálních pořadech dále konstruována prostřednictvím zcizování autorství, tzn. neuvedení původního zdroje. „*Novináři většinou neuvádějí přesný zdroj informací, zvláště když jde o agenturní zprávu, takže moderátor se často jeví jako superman, který brázdí planetu, aby nás informoval, a je nadán takovými schopnostmi, že mu nic neunikne. Téměř vždy přitom vychází z textů, které napsali jiní*“⁵² [Jost 2006: 69]. Divák si je vědom tohoto falešného autorství podle míry svých znalostí o mediální produkci [Jost 2006: 70].

4.2.2.3 Technické prostředky

Další ze způsobů konstruování reality představují technické prostředky využívané při tvorbě audiovizuálních mediálních textů. V pořadech reality TV se hojně vyskytuje tzv. diegetické předstírání [Jost 2006]. Jeho podstata spočívá v tom, že se vykonstruovaný prostor vydává za skutečný. Divákovi se namlouvá, že hrané scény jsou zobrazením skutečnosti, přitom řada událostí by se bez přítomnosti kamery zřejmě neodehrála. Pomocným prostředkem k předstírání reality je používání umělých kulís⁵³ [Jost 2006: 56].

Eco [2000] se domnívá, že současná televize (neotelevize), narozdíl od té dřívější (paleotelevize), roli technických výrobních aparátů neskrývá. Paleotelevize se snažila skrývat mikrofon, který nesměl být v záběru, aby iluze reality byla dokonalá. Neotelevize už přítomnost mikrofonu netají, naopak, jeho přítomnost je zárukou přímého přenosu, toho, že se vysílá živě a nacházíme se v autentickém světě, kde není nic umělého [Eco 2000:97-98]. Podobné postavení zaujímá televizní kamera. Její přítomnost v záběru divákům říká: „*Jsem tady,*

⁵¹ *Stodvanáctka* využívá pro potvrzení objektivitu jak anonymních očitých svědků, tak odborníků z řad psychologů, soudních lékařů, kriminalistů apod.

⁵² V případě *Stodvanáctky* se často jedná o záběry nebo fotografie pořízené přímo policií nebo záchranáři pro jejich interní potřeby. Ne vždy je toto pravé autorství z reportáží patrné a moderátor spolu s reportéry se pak může podobat Jostem zmiňovanému supermanovi.

⁵³ Jost uvádí příklad, kdy se v záběru z vězení použijí tyče představující těžkou železnou mříž, která se zvedá s hrozným skřípěním dodaným při postprodukci [Jost 2006: 57].

a jestliže jsem tady, pak to znamená, že před očima máte realitu, to znamená televizi, která zrovna natáčí“ [Eco 2000: 98]. Paradoxní je, že pokud je v záběru vidět kamera, pak to není ta, která právě natáčí, tudíž obrazovka pronáší lež⁵⁴ [Eco 2000: 98].

Stejně jako jiné prostředky a strategie využívané v žánru reality TV také přímý přenos, ačkoliv se může jevit jako vysoce objektivní, realitu konstruuje, nikoliv odráží. Jak uvádí Eco [2000], televize proměňuje událost v inscenaci, a to i při přímých přenosech. I když by se daná událost odehrála také bez přítomnosti kamer, vědomí toho, že bude natáčena, ovlivní její přípravu a průběh⁵⁵ [Eco 2000: 99-100]. Ovlivnění události přítomností kamery (médií) se nazývá zpětný efekt. Aktéři události si uvědomují, že jsou sledováni obrovským publikem, a to ovlivňuje jejich chování⁵⁶. V publiku pak dochází k tzv. lavinovému efektu, při kterém se na základě dojmů ze sledované události formuje falešná představa o realitě, a to pak ovlivní jejich postoje k dané skutečnosti. Televizní realita je v důsledku toho odlišná než realita, kterou vnímali očití svědkové dané události [Kunczik 1995: 147].

4.2.2.4 Realismus

S pojmem realismus operují stejně jako kunsthistorie, filmová či literární věda také mediální a kulturní studia. Představitel kulturních studií Chris Barker chápe realismus jako „*soubor estetických konvencí, jimiž texty vytvářejí své ‚dojmy reality‘*“ [Barker 2006: 168]. Jinak řečeno je realismus formou umělecké reprezentace, která se snaží ukázat „věci, jak opravdu jsou“, a to pomocí konstruování narací, které vystupují jako metanarace pravdy [Barker 2006: 168]. Podobně definuje realismus Fiske, a sice jako „*diskursivní konvenci, kterou, a pro kterou, je konstruovaný smysl reality*“ [Fiske 2003: 21]. Shrneme-li uvedené definice, můžeme říci, že realismus představuje určité konvence, jejichž používáním producenti mediálních obsahů docílí dojmu reality.

⁵⁴ O dalších technických prostředcích odrážejících se v postupech konstruování reality podrobněji pojednává kapitola 7.3.2 Obrazová analýza.

⁵⁵ Jako příklad uvádí přímý přenos fotbalového zápasu. „[...] Televizní kamery [...] provádějí selekci událostí, zaměřují se na určité akce a jiné zase opomíjejí, věnují se publiku na úkor hry a naopak, zabírají hřiště z určité perspektivy, zkrátka interpretují, podávají divákům zápas tak, jej vidí režisér, není to zkrátka zápas-o-sobě“ [Eco 2000: 100].

⁵⁶ Ke zpětnému efektu může docházet také v případě *Stodvanáctky*, kde jsou některé policejní či záchranné akce natáčeny přímo v ději.

Fiske [2003] uvádí, že za nejvíce realistické médium je považována televize, a to z důvodu její schopnosti nést sociálně přesvědčivý smysl reality. Televizní realismus se prezentuje jako nezprostředkovaný obraz vnější reality, bývá považován za okno do světa nebo za zrcadlo odrážející realitu [Fiske 2003: 21]. Zvláštní druh televizního realismu představuje realismus dokumentární, jehož realistické konvence využívá žánr reality TV. Pro Johna Cornera [2001] představuje dokumentární realismus hlavní kategorii sloužící k porozumění dokumentární praxe. Ta spoléhá jednak na koncepci observačního realismu, jednak na koncepci expozičního realismu [Corner 2001: 127]. Observační realismus představuje „soubor formálních znaků, které nás utvrzují v tom, že to, co vidíme, [...] je záznam pokračující, na médiích nezávislé reality“⁵⁷ [Corner 2001: 127]. Expoziční realismus je „rétorikou přesnosti a pravdy, kterou mnoho televizních dokumentů rozmanitě používá“ [Corner 2001: 127]. Jinými slovy se jedná o strukturování zvukových a obrazových prvků, o vztah mezi tím, co diváci vidí, a tím co slyší a o vztah mezi různými interpretacemi (jejich organizace a vyváženost) [Corner 2001: 127].

⁵⁷ Příkladem může být používání pohyblivé, nikoliv statické kamery [Corner 2001: 127].

5 HYBRIDIZACE MEDIÁLNÍCH OBSAHŮ

Formáty reality TV se zdají být v současné době nejpoblárnějšími reprezentanty hybridních mediálních obsahů. Hybridizace je proces představující postmoderní trend odehrávající se na poli mediální produkce. Velmi rychle rozvíjející složkou mediální krajiny je právě reality TV, ve které hraje hybridita formy i obsahu jednu z hlavních rolí. Nové hybridní pořady spadající do obecné kategorie reality TV vznikají prolínáním skutečnosti, fikce, informace, zábavy a dalších formálních i obsahových prvků. Na proces hybridizace a s ním spojený proces globalizace bývá často nahlíženo jako na něco negativního, ale neustále přibývajícím počet nových kulturních forem a mediálních obsahů dokazuje, že publikum hybridita baví a vyhledává ji. V této kapitole se budeme nejprve zabývat teoretickou diskusí o hybridizaci mediálních obsahů, ve které proti sobě stojí koncept kulturního imperialismu a koncept kulturní hybridizace. Ve zbylé části kapitoly se budeme věnovat konkrétním hybridním podobám žánru reality TV.

5.1 Kulturní imperialismus

Proces hybridizace mediálních obsahů nutně souvisí s všudypřítomným procesem globalizace. „Koncept globalizace odkazuje k sílícímu ekonomickému, sociálnímu, kulturnímu a politickému propojování, které se ustavuje v mnoha směrech a zasahuje celý svět“ [Barker 2006: 59]. Díky globalizaci se mediální obsahy šíří z jednoho státu do druhého. Mediální obsahy jsou potom nejen upravovány na základě lokálních podmínek, ale také míšeny v hybridní formy.

Součástí globalizace jako společenského procesu je tak nevyhnutelně globalizace médií, které jsou integrálním prvkem společnosti. Jan Jiráek a Barbara Köpplová [2003] píší, že globalizaci médií zapříčinil především rozvoj globálních trhů a vznik nadnárodních mediálních korporací. V současném světě médií dochází k šíření homogenizovaných mediálních obsahů, v důsledku čehož zpracovávají různé národní kultury shodné podněty a vytrácí se tak kulturní diverzita. Vzhledem k tomu, že většina globálně se šířících mediálních produktů pochází z vyspělých západních zemí, zvláště ze Spojených států amerických, a že tyto produkty výrazně formují ostatní národní kultury do té míry, že se dá

mluvit o kulturní nadvládě, hovoří se o tzv. kulturním imperialismu či přímo o amerikanizaci [srov. Jirák - Köpplová 2003: 193-195].

Sociolog John B. Thompson [2004] považuje za tvůrce hypotézy o kulturním imperialismu Herberta Schillera, který na konci šedesátých let napsal knihu *Prostředky masové komunikace a americká nadvláda*. Schiller chápe globalizaci jako proces, který vede k nové závislosti tradičních kultur na negativních hodnotách americké kultury (především konzumerismu). Nadvláda americké kultury pramenila z ekonomické a komunikačně technologické síly Spojených států amerických po druhé světové válce. Závislost zemí třetího světa na amerických komunikačních technologiích a investicích a příliš vysoké náklady na potenciální domácí výrobu nutily tyto země ke komerčnímu systému vysílání pořadů dovážených právě ze Spojených států amerických. Americké pořady podle Schillera ničí kulturní dědictví podrobených států a komerční způsob vysílání vede ke konzumnímu způsobu života, který ztrácí původní, k americkému konzumerismu alternativní, hodnotové vzorce [Thompson 2004: 135-137].

Ale jak dále upozorňuje Thompson [2004], v současném světě hypotéza kulturního imperialismu už tak jednoznačně neplatí. V ekonomické oblasti nastaly změny, které narušují dominantní postavení Spojených států amerických. Ty už nejsou největším výrobcem elektroniky a jejich dominantní síla klesá i ve výrobě a vývozu mediálních produktů. Schiller sám svoji původní verzi poupravil a uznal, že dominantní pozice Spojených států v ekonomické oblasti oslabila, ale ze své teze o americké kulturní nadvládě neustoupil. Další slabé místo kulturního imperialismu spočívá v předpokladu pasivního publika neschopného alternativní interpretace mediálních obsahů, která by byla závislá na kontextu recepce. Chybný je i předpoklad existence autentických tradičních národních kultur, které byly až do začátku procesu kulturního imperialismu západními konzumními hodnotami nedotčené [Thompson 2004: 137-140]. Tento předpoklad staví na esencialistickém pojetí národní identity a kultury, s kterým začali v devadesátých letech polemizovat představitelé kulturních studií. Mluvili o hybridních kulturních identitách a hybridních kulturních formách [Barker 2006: 71].

5.2 Kulturní hybridizace

Proti hypotéze kulturního imperialismu stojí koncept kulturní hybridizace, který vyvrací jednosměrný kulturní tok směřující od americké kultury k tradičním kulturám. Jak uvádí Radovan Plášek a Václav Štětka [2002] koncept kulturní hybridizace „*popisuje a vysvětluje proces vzájemného prolínání, mixování a prostupování jednotlivých kulturních forem a žánrů pocházejících z rozdílných kulturních tradic*“. V odborné literatuře se můžeme setkat s řadou synonymních výrazů, např. synkretismus, brikoláž, transkulturace, heteroglosie či kreolizace [Plášek - Štětka 2002].

Na procesu hybridizace se značnou měrou podílejí globalizovaná média, která spolu s migrací vytvářejí hybridní kulturní identity a hybridní kulturní formy, mezi které patří např. telenovely, jazz nebo hip hop [Plášek - Štětka 2002]. Podle Pláška a Štětky [2002] upozorňují kritické kulturní hybridizace na ničení autenticity kultur a na to, že tento koncept nerozlišuje mezi těmi, kteří se mohou hybridizaci bránit, a těmi, kterým je vnucena. Oproti tomu zastánci kulturní hybridizace vyzdvihují kreativní potenciál procesu hybridizace, který vede naopak ke vzniku nových kulturních forem, a tím ke kulturní rozmanitosti [Plášek - Štětka 2002]. Výsledkem prolínání různých kulturních reprezentací je globální elektronická brikoláž [Štětka 2007: 15]. Ta vzniká v důsledku toku obrazů, které slučují různé mediální obsahy, a jedná se tak o „*rekombinaci a resignifikaci dříve nepropojených znaků do nového ‚celku‘*“ [Barker 2005: 56]. Brikoláž nevzniká pouze v mediální produkci. Barker podává důkaz v podobě hybridní hudby složené z ragga, banghra, reggae a rapu, kterou vytvořila britsko-asijská mládež [Barker 2006: 71].

Představa kulturní hybridizace stojí na předpokladu aktivního publika, které může číst stejný kulturní produkt různými způsoby. Čtenář má podle Fiska tzv. sémiotickou moc, díky které může být mediální obsah dekodován různě, a to podle schopnosti publika vyhybat se společenské moci, vzdorovat jí, nebo s ní vyjednávat [Fiske 2003: 126-127].

5.2.1 Hybridní žánry

Procesu hybridizace podléhají v poslední době také velmi populární formáty reality TV. Jedná se v podstatě o jakousi formu, která má vyprázdněný obsah, a proto mohou být tyto televizní formáty vyváženy do zahraničí a poté lokalizovány v dané kultuře. Pro lepší možnosti exportu do zahraničí je záměrem produkce co nejuniverzálnější forma pořadů. Formáty jsou tak oproštěny od partikulárních kulturních znaků a významů, které jsou do obsahu dodány až v zemi, do které byl daný formát prodán [Štětka 2007: 26-27].

Ačkoliv pořady reality TV vznikají z rozdílných žánrů, jejich výrazným společným znakem je zábavnost. Jak uvádí McQuail, jednou z důležitých funkcí médií je zábava⁵⁸ [McQuail 2007: 102]. Zdá se, že na poli současné mediální produkce je právě zábava funkcí nejčastější. Zábavu lze definovat jako „specifickou formu [...] komunikačních obsahů, které umožňují jejich konzumentům únik před tlakem každodenních životních situací. V moderní společnosti je tvorba zábavných obsahů i jejich recepce součástí vysoce organizovaného industrializovaného procesu produkce, který poskytuje mediálním konzumentům institucionalizovaný komplex individuálních gratifikací“ [Reifová 2004: 317].

V moderní společnosti prostupuje zábava každodenním životem. Podle Reifové [2004] zábava souvisí se vznikem volného času po průmyslové revoluci, kdy docházelo k osvobození jedince od tlaku pracovní rutiny. Klíčovou je průmyslová povaha produkce zábavy v rámci masových médií, která sleduje především zisk a oslovuje tzv. nejnižší společný jmenovatel [Reifová 2004: 317]. Zábava se stala, jak upozorňuje Neil Postman [1999], přirozenou formou zobrazování jakékoli skutečnosti. Televize má neustále nasazenou směřící se masku [Postman 1999: 95].

⁵⁸ Jako další funkce médií uvádí informování o dění ve společnosti, vytváření vzájemných vztahů mezi jednotlivými částmi společnosti, podporu dominantní hodnotové struktury společnosti a přenos kulturního dědictví [McQuail 2007:102].

5.2.1.1 Reality TV jako docutainment

Jednou z hybridních forem, která využívá prvky zábavy a zároveň představuje jednu z podob reality TV, je docutainment. Ten mísí zábavní složku s určitou formou dokumentu. Problém je, jak upozorňuje Corner [2000], že pro vysvětlení současných změn faktuelní televize se dokument stává neúčinnou kategorií. Tento problém tkví převážně v tom, že kategorie dokument s sebou nese příliš mnoho předpokladů a idealizací. Jedná se především o představu něčeho *sociálního* a *veřejného*, něčeho, co poskytuje určité hodnoty. V tomto momentě ovšem hrozí nostalgie, která brání adekvátnímu pochopení současné faktuelní televize. Výsledkem je, že se nové formy faktuelních pořadů kritizují, místo aby se vítaly jako něco *nového*. Pro lepší pochopení současné faktuelní televize je potřeba význam termínu dokument vrátit zpět k původnímu širšímu významu. Nové formy faktuelních pořadů je potřeba popsat, nikoliv hodnotit. Především v televizní dokumentaristice je užitečnější používat přídavné jméno *dokumentární* než-li podstatné jméno *dokument*. Ve filmu je jasně vymezeno, co je to dokument a co fikce. V televizi tvoří nefikční pořady polovinu programu, takže se otázka po obecných identifikátorech faktuelního žánru stává problematictější [srov. Corner 2000].

Dokument je obecně chápán ve třech základních dimenzích. První chápe dokument jako občanskou výchovu. Jedná se o dokument v jeho klasické, modernisticko-realistické fázi. Taková forma dokumentu bývá často podporována oficiálními kruhy. Druhou podobou dokumentu je dokument jako žurnalistická reportáž, nejpoužívanější dokumentární postup v televizi. Důležitou součástí reportáže je zkušenost autora, která je typem sekundárního svědectví. Třetím typem dokumentu je dokument filmový, spojený s nezávislou kinematografií, často využívající experimentální metody [srov. Corner 2000].

Na současné faktuelní televizní pořady je třeba nahlížet jinou čtvrtou optikou, a to optikou faktuelní televizní zábavy. Taková podoba dokumentu je charakteristická tendencí k lehkosti jak tématu, tak formy. Dokument je zde prostředkem například k rekonstrukci nehod a policejních zásahů a k tzv. slídivé sociabilitě. Pořady reality TV, které se zaměřují na práci policie či záchranné

služby⁵⁹, hojně využívají dramatického akčního narativu, který si vypůjčují z fikčních formátů. Docusoapy si zase půjčují relaxační rytmus soap oper [srov. Corner 2000].

Corner [2000] mluví o post-dokumentární kultuře, která neznamena to, že „tradiční“ dokumenty vymřely. Spíše chce upozornit na to, že se v současné době odehrává posun ke čtvrté podobě dokumentární tvorby zmiňované výše. Je potřeba změnit obecnou identitu dokumentu a rozšířit ji o zábavní faktuelní složku, která se v současné televizi vyskytuje v mnoha podobách. Vedle faktuelní zábavy jsou další charakteristikou post-dokumentární kultury performativní, hravé prvky v dokumentární produkci [srov. Corner 2000].

Vlivem globalizace se nové formáty faktuelní zábavy objevují i v českém mediálním prostředí. Česká televize vysílá nebo dříve vysílala řadu dokumentárních pořadů pokrývajících širokou škálu společenských problémů⁶⁰. Takové pořady přinášejí nejen důležité informace ze společnosti, ale také dokáží diváka pobavit. Na fenomén dokumentárních televizních formátů reagují také komerční televizní stanice. Podle ředitele sekce vývoje TV Nova Radka Bajgara a mediálního analytika Milana Krumla se chce TV Nova v budoucnu zaměřit především na žánr docu-soap [Bajgar – Kruml 2007].

Nahlédneme-li na dokument jako na jednu z forem získávání znalostí o světě, můžeme do docutainmentu řadit vzdělávací zábavní pořady, tzv. edutainment. Jedná se o hybridní kategorii, ve které hraje přítomnost zábavní složky významnou roli. Zahrnuje hybridní mediální obsahy nacházející se na pomezí zábavy a edukace, kde dochází k míchání zábavních a vzdělávacích prvků. V pořadech edutainmentu se dá zábava považovat za pozitivní prvek, protože publikum má možnost vzdělávat se a získávat znalosti o světě zábavní formou. Příkladem edutainmentu jsou různé kvíz show a jiné vědomostní soutěže a především dokumentární pořady a filmy.

⁵⁹ Jako pořad *Stodvanáctka*.

⁶⁰ Jedná se například o pořady *Fenomén dnes*, *Táta jako máma*, *Znamení a rituály*, *Experiment*.

5.2.1.2 Reality TV jako infotainment

Vedle docutainmentu se v žánru reality TV objevuje další hybridní koncept nazývaný infotainment⁶¹. Jak uvádí Reifová [2004], pojem infotainment odkazuje ke skutečnosti, že se zábavní prvky dostávají do žánru zpravodajství⁶². Zábavní prvky mohou představovat nejrůznější aranžované či herecké projevy v televizním zpravodajství (subjektivní kamera, pohyb reportéra, činnost ilustrující téma zprávy, animace apod.). Infotainment bývá spojován především s rozvojem amerických kabelových televizí ve třetí třetině 20. století a s potřebou upoutat pozornost publika. Prvořadě je spojován s těmi médii, které si nekladou za hlavní cíl poskytovat společensky závažné informace. Prostředky infotainmentu tak využívají hlavně komerční rozhlasové a televizní stanice a bulvární tisk [Reifová 2004: 88-89].

Poprvé byl termín infotainment použit na začátku osmdesátých let 20. století ve Spojených státech amerických a popisoval pořady, ve kterých docházelo ke stírání hranic mezi skutečností a fikcí [Hill 2005: 46]. Infotainment, nazývaný též *tabloid TV*, se zpočátku objevoval v podobě jednorázových programů vysílaných v různých zemích. Popularitu získal až díky vysílání série *Unsolved Mysteries* americkou televizní společností NBC v roce 1987. Ovšem rozvoj infotainmentu nemůžeme brát převážně jako výsledek invaze amerických produktů. Mnoho evropských či japonských programů vzniklo dřív než *Unsolved Mysteries*. Například britská televizní společnost BBC vysílala pořad *Crimewatch* již v roce 1984. I přestože byl pořad *Crimewatch* úspěšný a inspiroval řadu tvůrců, nerozpoutal takový rozvoj pořadů reality TV jaký se odehrál ve Spojených státech amerických. Američtí producenti si uvědomili obrovský potenciál těchto pořadů zvýšit jednak sledovanost domácích stanic, jednak zisk z vývozu reality formátů do zahraničí [Hill 2005: 24].

Reality TV lze považovat za infotainment stejně jako zpravodajství, a to na základě definování cílů pořadů spadajících do těchto dvou žánrů. Jako svůj

⁶¹ Zde si zdůrazněme, že se jedná především o pořady spadající do kategorie cop show, kam spadá i *Stodvanáctka*.

⁶² Zábavní forma se do faktuálních žánrů dostává z důvodu upoutání pozornosti publika. Zpravodajství musí být populární, aby produkovalo to správné publikum, které je pak prodáváno inzerentům. Zpravodajství pak lze chápat jako zboží, jehož produkce a distribuce je velmi drahá [Fiske 2003: 281].

cíl prezentují pořady reality TV taktéž informování diváků a chtějí být určitou formou zpravodajství⁶³. Další funkcí zpravodajství, kterou lze odhalit také v pořadech reality TV, je vytváření společenského konsenzu produkováním a reprodukováním hodnot sdílených ve společnosti⁶⁴. Zpravodajství a některé pořady reality TV utvářejí společenskou identitu, tzn. definují to, kdo jsme „my“ a kdo jsou „oni“, a to často v protikladu. Zpravodajství je zasazeno do symbolického systému dané společnosti, který se nemění. Mění se pouze fakta, jména a detaily uváděné v jednotlivých zprávách⁶⁵. Zpravodajské žánry jsou tak vedle informativního systému systémem opakujících se reprezentací toho, co a kdo je ve společnosti důležitý, co je z hlediska normativního systému správné a co špatné a jaké jsou sankce [srov. Trampota 2006: 10].

Trend infotainmentu vyvolává diskuzi mezi odborníky zabývajícími se médií i samotnými žurnalisty. Vedle kritiků infotainmentu existují i jeho zastánci. Podle nich nelze zábavní žurnalistice upřít pozitivní funkci, kterými podle Kunczika jsou: odstranění nudy, způsob trávení volného času, podněcování představitivosti, zvyšování významu vlastní role osobnosti (např. ženy v domácnosti), posilování dominantních hodnot a norem, nabídka aktuálních témat k úvahám a diskusím, ulehčení osamění apod.⁶⁶ [Kunczik 1995: 160].

5.2.1.3 Reality TV jako propojení soukromého a veřejného

Někteří teoretici jako například Habermas [2000] se zabývají soukromou a veřejnou sférou ve společnosti. Ve spojitosti s žánrovou problematikou se kategorie soukromé a veřejné sféry využívají k rozlišení femininních a maskulinních žánrů. Femininní žánry, především mýdlové opery, bývají spojovány se soukromou sférou, která je považována za doménu žen. Soukromá sféra bývá dávána do protikladu s veřejnou sférou, které dominují naopak muži. O mužích se předpokládá, že místo mýdlových oper sledují například dobrodružné žánry. V západní patriarchální společnosti je svět práce čili veřejná sféra

⁶³ Informování společnosti je jednou z hlavních funkcí zpravodajského žánru [Trampota 2006: 10].

⁶⁴ V případě *Stodvanáctky* se potvrzuje například společenský konsenzus o nutnosti odhalování a potrestání zločinu.

⁶⁵ Stejně tak se ve *Stodvanáctce* mění fakta, jména a detaily zpráv o *trestných činech*, jejich *pachatelích* a *obětech*.

⁶⁶ Mnohé z těchto pozitivních funkcí nabízí právě žánr reality TV.

přeceňována na úkor soukromé sféry [srov. Lacey 2000: 221-223]. Srovnání ženského žánru (mýdlové opery) a mužského žánru (dobrodružných pořadů) provedl Fiske [2003]⁶⁷. Závěry jeho výzkumu nám poslouží jako důkaz prolínání soukromé a veřejné sféry v žánru reality TV, o kterém se proto nedá mluvit buď pouze jako o femininním žánru, nebo pouze jako o maskulinním žánru.

Z porovnání charakteristických znaků mýdlové opery a dobrodružných žánrů vyplývá, že jejich propojením může dojít k vytvoření hybridního žánru reality TV v užším pojetí⁶⁸. Z charakteristických znaků mýdlové opery, které uvádí Fiske [2003: 179-180] využívá reality TV důraz na pocity, emoce a řešení problémů, korespondenční vztah mezi časem příběhu a reálným časem (tzn. život postav pokračuje i mimo televizní vysílání), citlivé mužské postavy a postavy žen profesionálek. Z charakteristických rysů dobrodružných žánrů, které taktéž uvádí Fiske [2003: 215-220], se v reality TV často vyskytují uzavřené narativy jednotlivých epizod a především důraz na akci⁶⁹. Stejně jako v dobrodružných žánrech chybí segmentace čili náhlé přeskokování z jedné zápletky do druhé, které je typické pro mýdlové opery. V určitých pořadech reality TV se tak mísí soukromá a veřejná sféra spolu s femininním a maskulinním žánrem.

Uspokojení diváků ze sledování mýdlových oper spočívá v tom, že vidí, jak se běžní lidé vypořádávají s běžnými problémy a srovnávají zkušenosti postav se svými vlastními. Realistické mýdlové opery často obsahují informace přímo uvnitř narativu⁷⁰ [Lacey 2000: 224]. Užitečné informace k řešení běžných problémů v běžném životě poskytují také některé pořady reality TV⁷¹. Dá se říci, že žánr reality TV a mýdlové opery poskytují publiku podobná uspokojení.

⁶⁷ Srovnával narativní strukturu mýdlových oper a populárního akčního pořadu sedmdesátých a osmdesátých let – *The A Team*.

⁶⁸ Cop show (*Stodvanáctka*).

⁶⁹ Ovšem v širokém pojetí žánru reality TV, které zahrnuje reality show jako například *Big brother*, se naopak vyskytuje charakteristický rys mýdlových oper, a sice nedostatek narativního uzavření.

⁷⁰ Například jak jednat s dítětem s Downovým syndromem v *Brookside* [Lacey 2000: 224].

⁷¹ Jednu z pravidelných reportáží *Stodvanáctky* představují kurzy první pomoci.

6 REALITA VERSUS FIKCE?

Podle Eca [2000] televize stále pracuje s tradiční dichotomií, která dělí televizní pořady do dvou hlavních kategorií. První kategorií jsou pořady informační. Televize v nich referuje o událostech, které se staly nezávisle na ní. Diváci u takových pořadů očekávají, že televize plní svoji povinnost, a to tak, že říká pravdu, a že odděluje informaci a komentář. Druhou kategorií pořadů tvoří pořady založené na fikci, označované jako dramata, komedie, televizní inscenace apod. U takových pořadů divák na základě konsensu dočasně anulují pochybnosti o realitě pořadu, jinými slovy bere ho „jako“ pravdivý, i když ví, že se jedná o fantazii. Připouští se, že i pořady založené na fikci přinášejí pravdy – pravdy v podobě podobenství (snaží se např. prosadit určité morální zásady). Avšak nepřipouští se intersubjektivní hodnocení shody mezi sdělením a faktem, tak jako u informačních pořadů. U fikčních pořadů se dá jen subjektivně diskutovat o pravdě podobenství a intersubjektivně hodnotit proporční vyrovnanost či nevyrovnanost, s jakou byly konfliktní pravdy podobenství prezentovány [Eco 2000: 90-92].

Pořady náležející žánru reality TV ale nelze zařadit pouze do jedné či druhé skupiny, nejedná se o čistě informační, ani o čistě fiktivní pořady. Charakteristické pro ně naopak je stírání rozdílu mezi realitou a fikcí. Eco [2000] dodává, že tento jev charakterizuje nejen reality TV, ale celou současnou televizi. Z tohoto důvodu je paradoxní, že myšlenka televize jako okna do světa stále přetrvává a zpravodajové lpí na striktním oddělování zpravodajství a fikčních příběhů⁷² [Fiske 2003: 282]. Informační pořady mají snahu výskyt aktérů, kteří by se přímo dívali do kamery, omezovat. Informace se tak stále více chová jako fikce. A naopak programy zábavné přebírají stále ve větší míře charakteristiky pořadů

⁷² Tradiční dichotomii pořadů na reálné a fikční neutralizuje jev, který se vyskytuje jak v informačních, tak ve fikčních pořadech. Jedná se o protiklad mezi tím, kdo se při řeči dívá do kamery a kdo ne. Ten, kdo se do kamery dívá, představuje sebe sama, klade důraz na to, že televize tu je, a že jeho řeč se děje právě proto, že tu je. Zatímco ten, kdo se do kamery nedívá, dělá cosi, o čem se domníváme, že by dělal, i kdyby u toho televize nebyla. Do kamery se například nedívají účastníci debat, protože televize chce posílit dojem, že se jedná o autentickou událost, která by se odehrála i bez přítomnosti kamer. Rozdíly mezi informací a fikcí se tak stírají. Televize jako subjekt oznámení se snaží zmizet, právě tím, že se aktéři vyhýbají přímému pohledu do kamery. Jiná situace nastává, pokud se aktér přímo dívá do kamery. Divák si je vědom toho, že skrze sdělovací prostředek, k němu dotyčná osoba přímo promlouvá, a že na jejich vztahu je něco „skutečného“ [Eco 2000: 93-94]. Jinými slovy, divákovi se přímým pohledem do kamery tvrdí: „*Já nejsem výplod tvé fantazie, jsem tu opravdu a opravdu k tobě i ostatním mluvím*“ [Eco 2000: 94].

informačních [Eco 2000: 95-96]. „Objevují se zkrátka pořady, v nichž se informace a fikce jedna do druhé vplétají tak dokonale, že se jen těžko dají rozplést [...]“ [Eco 2000: 96].

Fiske [2003] tvrdí, že důraz na distinkci mezi informacemi a zábavou, skutečností a fikcí je zásadní pro producenty mediálních obsahů i pro publikum. Producenti mohou díky rozlišení skutečnosti versus fikce lépe definovat různou zodpovědnost pořadů a jejich etiku. Publikum má rozdílem mezi fakty a fikcí naznačenou cestu recepce. Ovšem na textuální rovině není velký rozdíl mezi televizním zpravodajstvím a televizními sériemi či seriálovými dramaty. Záliba televize v docu dramatech dosvědčuje, jak snadno její textová forma překračuje hranice mezi fikcí a skutečností [Fiske 2003: 282]. I přestože se zpravodajství a fikce vyznačují podobným pravidlem reprezentace, nacházíme mezi nimi určité rozdíly. Zpravodajství je charakterizováno bližším vztahem k surové realitě. Zpravodajství má také bližší vztah k oznamovacímu způsobu, pomocí něhož běžně reprezentujeme realitu. Proto nalézáme rozdíly v postupu diváckého čtení zpravodajství a fikce [Fiske 2003: 288].

Je zřejmé, že pro pochopení současné televize včele s žánrem reality TV nestačí operovat pouze s kategoriemi realita a fikce. Možné řešení nabízí Jost [2006], podle něhož je zapotřebí přestat používat kategorie realita a fikce jako protikladné. Popis mediálních vyprávění, se kterými se setkáváme v dnešní televizi se neobejde bez pružnější terminologie [Jost 2006: 20]. Vedle světa fiktivního (znaky odkazují na svět mentální) a skutečného (znaky odkazují na náš reálný svět), definuje svět ludický, který je založený na hře (znaky odkazují samy na sebe, důležitější jsou samotné znaky, než to, na co ukazují) [Jost 2006: 35-36]. Mezi ludické postupy řadí ironii a hyperbolu, kterých hojně používá například reklama⁷³ [Jost 2006: 61-63].

Pro pochopení současné televize je dále zapotřebí teoreticky odlišit fikci od předstírání. „Cílem fikce není poskytnout iluzi skutečnosti, ale zobrazit [...] možný svět, parazitující na tom našem [...]. Předstírání se naopak vydává za skutečnost [...]“ [Jost 2006: 54]. Nesmíme také zaměňovat deformaci s invencí. Deformace je součástí předstírání (např. uspořádání popisu), kdežto invence je

⁷³ Uvedené ludické prostředky se vykytují také ve *Stodvanáctce*, a to nejvíce v reportážích o akcích amerických policistů.

charakteristickým znakem fikce [Jost 2006: 19]. I přesto se v televizi vyskytuje řada smíšených forem, ve kterých se prolínají fiktivní postupy s předstíráním. První kombinací je zastoupení Já reálného původu Já fiktivního původu, tedy hercem. Tato smíšená forma předstírání a fikce se používá v rámci *rekonstrukce*. Druhou smíšenou formou jsou fikcionalizovaná fakta. Při této formě skutečné postavy vidí, jak je jejich skutečný příběh znova zahrán⁷⁴ [Jost 2006: 78-79].

⁷⁴ V případě *Stodvanáctky* se používají obě formy, a to při rekonstrukcích zločinů.

7 METODICKÁ VÝCHODISKA A REALIZACE ANALÝZY

Touto kapitolou se dostáváme k výzkumné části diplomové práce, která je založena na analýze pořadu reality TV *112 – V ohrožení života*. V první podkapitole si přiblížíme obsah a podobu tohoto pořadu tak, jak je prezentuje televize Nova spolu s autorem pořadu. Ve druhé podkapitole se zaměříme na koncept narace v mediálních studiích, a to z toho důvodu, že analyzovaný pořad tvoří reportáže v podobě *příběhů* a důležitým prvkem pořadu je *vypravěč* v podobě moderátora. Narativní teorie tak poskytuje řadu nástrojů, jak tento televizní pořad zkoumat. Ve třetí podkapitole se budeme zabývat metodikou analýzy, tím jaké konkrétní metody byly použity a proč, a jaký byl postup analýzy.

7.1 Zkoumaný pořad: *112 – V ohrožení života*

Analyzovaný pořad *112 – V ohrožení života*⁷⁵ je reprezentantem reality cop show. První díl byl uveden 29. srpna v roce 2006 televizní stanicí Nova. Vysílá se jednou týdně v úterý ve večerních hodinách a trvá v průměru třicet minut. Televize Nova prezentovala *Stodvanáctku* na svých webových stránkách jako pořad o reálných příbězích lidí v ohrožení života, o záchranných akcích jako z akčního filmu plných napětí, vzrušení, ale i šťastných konců. Jako cíl pořadu demonstrují autoři zafixování telefonního čísla 112 v hlavách českých diváků, ale zároveň také připomenutí českých národních tísňových čísel [Nova.cz 2009a].

Stodvanáctka prezentuje podle televize Nova skutečné příběhy záchrany lidí prostřednictvím autentických záznamů policie, hasičů a dalších záchranářů, a to jak z České republiky, tak i ze světa. Skutečné příběhy doplňují vlastní reportáže, které rekonstruují zločiny, ale i akce profesionálních záchranářů [Nova.cz 2009a]. *Stodvanáctka* má předem danou strukturu, která je uvedena taktéž na webových stránkách pořadu: „(1) aktuální, rychlá, téměř zpravodajská reportáž o krizové události daného týdne, autentické materiály policie, hasičů nebo záchranářů, (2) příběhy záchrany – pro diváka velmi pozoruhodné příběhy ze záchranných akcí, (3) hlavní reportáž - detektivka, velká rekonstrukce velkých

⁷⁵ Název pořadu je odvozen od telefonního čísla evropského integrovaného záchranného systému 112.

zločinů, velkých záchranných akcí, které vstoupily do historie, s použitím autentických záběrů od záchranářů, (4) zahraniční reportáž - to nejpozoruhodnější ze záchranných akcí ve světě“ [Nova.cz 2009b]. Jednotlivé díly ale obsahují více než čtyři reportáže, nejčastěji se v jednom díle vyskytuje vícero záchranných či policejních akcí, čili reportáží typu (1) a (2). Celkový počet reportáží v jednom dílu se pohybuje od pěti do osmi.

Cílovou diváckou skupinou je podle televize Nova „široké spektrum diváků, včetně mladých, které láká akce, vzrušení a napětí. [...] Je to pořad nejen plný akce a napětí - honičky, střílení, útoky, neštěstí, přírodní živly, autonehody a nakonec záchrana, ale má i skrytý podtext. Všichni jsme ohroženi zločinem a 112 rovněž ukáže, jak mu čelit. Poradí, jak se zachovat v situacích ohrožujících život. Jak sobě či druhým zachránit život v nouzi [...]“ [Nova.cz 2009a].

Autora a moderátora pořadu, Mirka Vaňuru, ke vzniku *Stodvanáctky* inspiroval britský pořad 999⁷⁶. Postupně se v hlavě redaktora rodila myšlenka české verze pořadu podobného tomu britskému (999) nebo americkému (*The Cops*). Problém podle Vaňury spočíval nejen v naroubování formátu na české podmínky, ale především v tom, přesvědčit policisty, hasiče a záchranáře, že pořad je nechce kritizovat, ale naopak ukázat divákům jejich práci v pozitivním světle [Bauer media v.o.s. 2008]. Mirek Vaňura a Dana Vaňurová, dramaturgyně pořadu, připravovali *Stodvanáctku* už dva roky před jejím vysíláním. Během té doby navázal především Vaňura důvěrné osobní kontakty s policií, hasiči i záchranáři, kteří mu poskytují nesestříhané záznamy z akcí [Nova.cz 2009c].

Podle samotných tvůrců pořadu se *Stodvanáctka* liší od jiných zpravodajských pořadů, a to především tím, že v ní jde o příběhy záchranáře a zachraňovaného [Nova.cz 2009c]. Televize tak nabídne divákům „*nové hrdiny současnosti, kteří i přes četné překážky chtějí případ dotáhnout do konce, kteří jsou pro věc zapálení a nedají si pokoj, dokud vše nevyřeší“* [Nova.cz 2009c]. V opozici k fikčním seriálovým hrdinům chce *Stodvanáctka* přinést příběhy hrdinů reálných. Jak říká sám Vaňura: „*Chtěli jsme, aby divák, který obdivuje svého seriálového detektivního hrdinu, věděl, že třeba právě v tu chvíli jiný, a opravdový*

⁷⁶ Číslo 999 je telefonní číslo britského záchranného systému. Pořad 999 spadající do žánru docu-drama vysílala od roku 1992 televizní stanice BBC1 [Wikipedia.org 2009].

hrdina dělá o pár bloků dál něco podobného. Že to je ale realita“ [Bauer media v.o.s. 2008]. Autoři považují pořad nejen za zábavu, která zaujme, ale i za prostředek poučení a varování prostřednictvím silně emotivních příběhů [Nova.cz 2009c].

7.2 Koncept narace v mediálních studiích

Při analýze mediálních textů lze využít poznatků narativní teorie. Ta má kořeny v literární vědě, především v pracích strukturalistů. Jak uvádí řada autorů [např. Kozloff 1992], u počátku rozvoje narativní teorie stál ruský formalista Vladimir Propp, který se zabýval narativní strukturou pohádek. Postupně se narativní teorie rozvíjela, a to nejen v literární kritice, ale i v lingvistice, sémiotice, antropologii, filmové vědě apod. [Kozloff 1992: 52]. Vedle zmiňovaných oborů pracují s narativní teorií také mediální studia, pro které *„je koncept narace důležitý především proto, že některé poznatky získané narativní analýzou literárních (a později filmových) děl pomáhají pochopit a vložit uspořádání řady typů mediálních sdělení, a to nejen fiktivních (jejichž narativní charakter je explicitně zřejmý a přiznaný), ale i nefiktivních (jejichž charakter je explicitně informativní, jako u zpravodajství, nebo analytický, jako u publicistiky, rozhovorů, diskusních televizních a rozhlasových pořadů apod.)“* [Reifová 2004: 159].

Narativní teorie se zabývá narací (vyprávěním), které lze definovat jako *„kompoziční postup pro uspořádání prvků při zachycení děje slovními [...], popř. dalšími (obrazovými, hudebními aj.) výrazovými prostředky, a to tak, že obsah sdělení – ať už faktický, nebo fiktivní – je prezentován jako propojený sled událostí“* [Reifová 2004: 159]. Důležitou složkou narace je čas, který odlišuje narativní formy od nenarativních jako jsou kresby, malby, fotografie – cokoliv ilustrovaného zachyceného v jednom rámu [Berger 1997: 6].

Pro potřeby textové analýzy mediálních obsahů lze na naraci nahlížet jako na *„prostředníka mezi ‚surovým materiálem‘ sdělení a uspořádaným sdělením čili textem (ať je realizován v jakémkoli sémiotickém kódu)“* [Reifová 2004: 159]. Jestliže budeme naraci chápat jako prostředníka mezi surovým materiálem

příběhů a textovou podobou příběhů⁷⁷, lze ji také chápat jako jeden ze způsobů konstruování reality. Odhalením narativních postupů a prvků v textu pak lze stanovit způsoby konstruování reality v daném textu. Pole působnosti narace vzniká v pomyslném prostoru mezi surovým materiálem a jeho uspořádáním čili textem⁷⁸.

Narativní postupy a prvky využívají producenti mediálních obsahů z dvou hlavních důvodů. Prvním důvodem je šetření časem, protože vyprávění pracuje se zkratkou, a to umožňuje strukturovat obsah ve schematických, opakujících se vzorcích. Druhým důvodem využívání narativních postupů a prvků je docílení žádoucí interpretace diváků podle zamýšlení producentů [Reifová 2004: 159]. Vysoce narativním médiem je televize, která je „*hlavním vypravěčem v současné americké společnosti*“ [Kozloff 1992: 52]. Dodejme, že nikoliv jen té americké, ale celé západní euroamerické společnosti. Kozloffová svoji tezi zdůvodňuje tvrzením, že většina televizních pořadů je zjevně narativní a ty, jejichž cílem je vzdělávání, diskuse, informování apod. používají narativ jako prostředek k těmto cílům⁷⁹ [Kozloff 1992: 53].

Televizní narativ je poháněn především *napětím*, které je častým prvkem televizní produkce⁸⁰ [Kozloff 1992: 56]. Další důležitou složkou televizního narativu je *vypravěč* neboli *komentátor*. V některých typech narativu hraje hlavní roli a vypravuje příběhy postav. V jiných typech narativu pouze uvádí příběh a poté ustupuje do pozadí a prostor dostávají samotné postavy. Ovšem může docházet i ke kombinaci výše uvedených⁸¹ [Berger 1997: 8]. Televizními vypravěči bývají tzv. *známé tváře* (ať už v podobě moderátora, komentátorů nebo hostů pořadu), které vystupují jako prostředek naturalizace příběhu. Známa tvář dodává příběhu důvěryhodnost a lidskost [Kozloff 1992: 61].

⁷⁷ V našem případě jako prostředníka mezi surovou podobou událostí a jejich zpracováním v pořadu *Stodvanáctka*.

⁷⁸ Zde předznamenejme, že dále v tomto pomyslném prostoru operují diskursivní a technické postupy a prvky, které budou předmětem dalších kapitol.

⁷⁹ To v praxi znamená, že například zpravodajství informuje o událostech v podobě příběhů s cílem upoutat a udržet divákovu pozornost.

⁸⁰ Napětí se vyskytuje také ve *Stodvanáctce*. I přestože diváci ví, že příběhy záchrany dopadnou ve většině případů dobře (smrt se zde objevuje zřídka), jsou drženi v napětí a během vyprávění příběhů kladou neustále další a další otázky (jak bude záchrana probíhat, bude mít zachraňovaný nějaké následky apod.).

⁸¹ Tak tomu je v případě *Stodvanáctky*.

7.3 Metodika analýzy pořadu *Stodvanáctka*

Volba kvantitativní či kvalitativní výzkumné strategie by měla být navázána na cíl daného výzkumu⁸². Vzhledem k tomu, že cílem analýzy pořadu *Stodvanáctka* je porozumění nikoliv testování hypotéz, bylo k její realizaci použito kvalitativní výzkumné strategie⁸³ [Disman 2002: 286]. Ta je na rozdíl od kvantitativní strategie vhodná také pro získání detailních informací o nějakém jevu⁸⁴ [Strauss – Corbinová 1999: 11]. Protože předmětem analýzy je televizní pořad, který lze považovat za text, bude metodou analýzy kvalitativní obsahová analýza. Po jejím obecném vymezení se v následující kapitole dostaneme k jejím dílčím analytickým postupům, které se navzájem prolínají a doplňují. Analýza *Stodvanáctky* bude čerpat z narativní a diskursivní analýzy, jejichž základní principy a prvky budou uvedeny dále v jednotlivých podkapitolách. Kvalitativní obsahovou analýzu doplní tzv. obrazová analýza neboli formální analýza, která zkoumá především technické prostředky stojící za vznikem televizního pořadu. Součástí každého výzkumu musí být také jasně stanovený postup při výběru analyzovaného vzorku (pro analýzu *Stodvanáctky* bude určen na základě principů zakotvené teorie) a postup realizace výzkumu, které jsou proto také obsahem následujících kapitol.

7.3.1 Kvalitativní obsahová analýza

Kvalitativní obsahová analýza spočívá na předpokladu, že „*nejdůležitější jsou utajené nebo latentní významy, a ty nemohou být vyčteny z numerických dat*“⁸⁵ [McQuail 2007: 308]. Protože cílem analýzy *Stodvanáctky* je porozumět významu sdělení textu, který bývá často skrytý, byla zvolena metoda kvalitativní nikoliv kvantitativní obsahové analýzy. Jak uvádí McQuail [2007], v kvalitativní obsahové analýze musíme brát v potaz jednak vztahy mezi jednotlivými prvky textu, jednak to, co se v něm nevyskytuje nebo to, co je považováno za dané. Stejně tak musíme zohledňovat konvence žánru, do kterého zkoumaný text spadá,

⁸² Srov. např. Hendl 2005.

⁸³ Kvalitativní výzkum je definován jako „*nenumerické šetření a interpretace sociální reality. Cílem tu je odkrýt význam podkládaný sdělovaným informacím*“ [Disman 2002: 285].

⁸⁴ V případě této diplomové práce o způsobech konstruování reality v pořadu *Stodvanáctka*.

⁸⁵ Kvantitativní obsahová analýza stojí naopak na předpokladu, že „*povrchový význam textu je zcela jednoznačný, může být přečten a kvantitativně vyjádřen*“ [McQuail 2007: 307].

protože ty určují, co se v textu děje [McQuail 2007: 308]. Abychom porozuměli mediálnímu textu, musíme na něj nahlížet jako na celek. Celkový přístup k textu nám umožní právě kvalitativní přístupy zkoumání, v rámci kterých je *„ohniskem pozornosti text samotný a cílem je úplné porozumění významu, který v něm je. Výzkumník se tak orientuje na text jako na něco, čemu je potřeba rozumět samo o sobě. Text tedy není pouhým prostředkem k širšímu universu dat. Text má pro badatele svou autonomní důležitost, čímž se stává vhodným pro interpretaci. Text proto musí být pochopen v celém jeho rozsahu“* [Kronick 1997: 61].

Mediální studia se vyznačují hlubokou tradicí v kvantitativní obsahové analýze, která je na rozdíl od kvalitativní obsahové analýzy dostatečně systematicky zpracovaná. Podle Larsena [1993] čerpají kvalitativní obsahové studie filmů a různých televizních žánrů často z literárních analýz, které se zabývaly malým počtem literárních děl. Oproti literárním dílům se mediální texty vyskytují v obrovském množství a jsou velmi heterogenní [Larsen 1993: 123]. Tento fakt ztěžuje jejich systematické studium.

7.3.1.1 Narativní analýza

Jeden z přístupů kvalitativní obsahové analýzy představuje narativní analýza, která zkoumá narativy (vyprávění příběhů). Jak uvádí Allan Bell, příběhy nejsou pouze jádrem lidské přirozenosti a identity, ale také jádrem zpravodajských obsahů, které představují příběhy s určitou strukturou, řádem, stanoviskem a určitými hodnotami [Bell 2007: 64]. Takové příběhy jsou vystavěny na základě souboru pravidel, podle kterých se kombinují jednotlivé prvky příběhu [Kozloff 1992: 55-56].

Jako inspirace pro narativní analýzu mediálních obsahů slouží literární teorie. Narace je předmětem převážně strukturalistické teorie, podle které má každý narativ dvě části: *„příběh [...], tj. obsah neboli řetězec událostí (jednání a dění) spolu s tím, co lze nazývat existenty (postavy, prvky prostředí), a diskurs [...], tj. výraz neboli prostředek, jímž se obsah vyjadřuje. Jednoduše řečeno, příběh je to, co je v narativu zobrazeno, a diskurs je způsob, jakým je to zobrazeno“* [Chatman 2008: 18]. Diskursivní uspořádání událostí nemusí odpovídat přirozeně logickému sledu událostí v příběhu [Chatman 2008: 43]. Diskurs může *„zdůraznit nebo upozadit určité události příběhu, některé*

interpretovat a jiné ponechat k vyvození, předvádět [...] či vyprávět [...], komentovat či přejít mlčením, zaostřit na ten či onen aspekt události nebo postavy“ [Chatman 2008: 43].

Narativní analýza pracuje při zkoumání první části narativu (části zvané *příběh*) například s rozdělením událostí na *jádrové* a *satelitní*. Jádro klade a zodpovídá otázky a představuje klíčové události ve vývoji narativu. Satelitní události jsou vedlejší, jejich případná nepřítomnost by nenarušila dějovou logiku. Rozvíjejí a doplňují jádrové události [Chatman 2008: 55]. Jak už bylo uvedeno, důležitou složkou narativu je *napětí*. To představuje další prvek narativní analýzy *příběhu*. Napětí příběhu se dosahuje pomocí předznamenání v podobě narážek na to, co se dále v příběhu stane. Takové narážky jsou součástí tzv. anticipačních satelitních událostí, na základě kterých divák nabude částečné nejistoty – zná cíl, ale nezná prostředky [Chatman 2008: 60-61].

Pro řadu autorů zabývajících se narativní analýzou [např. Kozloff 1992] je jedním z hlavních pilířů *diskursivní* části narativní analýzy kategorie *vypravěče*. Pro vyznění příběhu je důležité, zda je vypravěč jednou z postav příběhu nebo stojí vně příběhu. Rozdělení vypravěčů na vnější a vnitřní je důležité z hlediska objektivity, přičemž vnitřní vypravěč bývá považován za méně objektivního. Dále lze rozlišit, zda vypravěč vypráví celý příběh, nebo je jen součástí širšího rámcového příběhu. Většina televizních vypravěčů se snaží eliminovat svoji přítomnost jako prostředníka mezi realitou a diváky, aby posílila dojem bezprostřední reality. Oproti tomu moderátoři svoji přítomnost neskrývají, a to především na začátku nebo na konci příběhu, kdy promlouvají k divákům v podobě morálního apelu. Moderátoři tak vystupují jako zprostředkovatelé morálky [Kozloff 1992: 63-64].

Dalšími prostředky, které se využívají při vytváření příběhu, jsou *ethos* a *komentář* vypravěče. Ethos odkazuje k faktu, že se vypravěč snaží řečnickými prostředky prokázat svoji spolehlivost a tím také důvěryhodnost toho, co říká. Chce dokázat, že jeho verze příběhu je ta pravdivá [Chatman 2008: 239]. Komentáře vypravěče jsou jednak implicitní, které zahrnují především *ironii*, jednak explicitní, které se skládají z *interpretace*, *soudu*, *zobecnění* a *sebereflexe*. Interpretace objasňuje význam příběhu, soud vyjadřuje morální mínění, zobecnění se vztahuje k reálnému světu, k univerzálním pravdám nebo

historickým faktům a sebereflexe zahrnuje komentář nikoliv k příběhu ale k samotnému diskursu [Chatman 2008: 240-241].

7.3.1.2 Diskursivní analýza

Dalším přístupem kvalitativní obsahové analýzy je diskursivní analýza. Nepředstavuje jediný přístup k textu, naopak zahrnuje rozmanitý soubor přístupů, které spojuje odmítnutí tvrzení, že jazyk je jednoduchým a neutrálním popisem světa [Gill 2000: 172]. Jak uvádí van Dijk [1993], diskursivní analýza jako přístup ke studiu textů a řeči se začala objevovat mezi polovinou šedesátých a polovinou sedmdesátých let v oblastech humanitních a sociálních věd (například antropologie, mikrosociologie, lingvistika, sémiotika, sociální psychologie). Vychází z předpokladu, že mediální obsah je určitým typem textu nebo řeči. Je komplexním přístupem, který zkoumá na jedné straně vztah mezi strukturami textu a na druhé straně sociální, kulturní a historický kontext daného textu [van Dijk 1993: 108-111].

V rámci diskursivní analýzy se zkoumají strategie a prostředky, které jsou v daném textu použity k referování o daném tématu. Persvazivní funkci v textu plní rétorické figury, jako například *metafory* a *hyperboly*, nebo také *výběr slov*, která jsou k referování použita. Vybraná slova jsou pak v textu několikrát zopakována. Častou strategií je polarizace skupin na *my* versus *oni*, přičemž je vyzdvížena pozitivní sebezprezentace skupiny na úkor negativní prezentace ostatních. Do diskursivních prostředků patří dále tzv. *číselné hry*, v rámci kterých jsou prezentována zavádějící čísla („několik desítek tisíc“). Na druhou stranu uvádění *konkrétních čísel* zvyšuje objektivitu a důvěryhodnost tvrzení. Za pomoci jazykových prostředků se utvářejí také všeobecné postoje a naznačují priority [srov. van Dijk 2000].

Diskursivní struktura reportáží *Stodvanáctky* je podobná diskursivní struktuře zpravodajských příběhů, jimiž se zabýval Allan Bell [2007]. Z tohoto důvodu lze aplikovat jeho poznatky také na analýzu *Stodvanáctky*. Nezajímá ho, do jaké míry příběh reprezentuje to, co se skutečně stalo, nýbrž to, co samotný příběh říká, že se stalo⁸⁶ [Bell 2007: 65]. Jednotlivé prvky diskursivní struktury

⁸⁶ Předmětem jeho analýzy jsou především tzv. hard news: katastrofické příběhy, války, nehody, ohrožení života apod. [Bell 2007: 69].

upřesňují hlavní událost, aktéry, místo příběhu a čas příběhu. Hlavními aspekty analýzy tedy jsou *událost, čas, místo a aktéři*. Zpravodajské příběhy jsou vždy založené na úvodu, tzv. *intru* příběhu⁸⁷, které většinou obsahuje informace o hlavních aktérech zprávy. V tomhle momentě je často používáno *personalizace* a *pasivizace*. Čas bývá vyjádřen neurčitě („včera“, „minulou noc“). Fakticita příběhů je zdůrazňována skrze *details* o lidech, místě, času a skrze užívání figur [Bell 2007: 72-74]. Dále se zkoumají výrazy, které jsou používány k proklamování zpravodajských hodnot ve zprávě a typy řeči, které jsou ve zprávě použity (výpovědi, obžaloby, reakce, prohlášení apod.) [Bell 2007: 102-103].

7.3.2 Obrazová analýza

Kvalitativním přístupem k textu je vedle narativní či diskursivní analýzy také tzv. obrazová analýza⁸⁸. Tento přístup je využíván především ve filmové vědě, kde bývá nazýván formální analýzou. Ale obraz je konstitutivní součástí také televizních obsahů. Podle některých autorů [např. Deacon et al. 1999] slouží obraz v televizním diskursu jako verifikace toho, co bylo řečeno. „Zdá se, že [obrazy, pozn. autora] *dokládají objektivní záznam toho, co se ve skutečnosti stalo*“ [Deacon et al. 1999: 220]. Vizuální prvky televizního diskursu vždy spolupracují se zvukovými prvky – přirozeným zvukem, hudbou nebo mluveným slovem [Deacon et al. 1999: 225].

Prvním krokem obrazové analýzy je jednoduše popsat, co vidíme. Jedná se o tzv. denotaci, která je teoreticky u každého příjemce stejná, není tedy ovlivněna individuálním porozuměním světa [Lacey 1998: 8]. Další částí obrazové analýzy je konotace, která určuje, co daný kód denotace znamená v závislosti na konsensu v dané kultuře [Lacey 1998: 22]. Televizní pořad se stejně jako jakýkoliv jiný text skládá z formy a z obsahu. „*Forma odkazuje k tomu, jak byl obraz vytvořen (např. pozice kamery ve vztahu k předmětu obrazu), obsah je jednoduše to, co je zobrazováno*“ [Lacey 1998: 14].

⁸⁷ Zde si Bell klade otázky, jaké události jsou zahrnuty v úvodu, jaké nikoliv, a jaké se za tímto výběrem skrývají zpravodajské hodnoty [Bell 2007: 76].

⁸⁸ Některé její prvky, převážně práci kamery, jsou zmíněny již v kapitole 4.2.2.3 Technické prostředky.

7.3.2.1 Formální aspekty textu

Pod formu spadají formální aspekty textu, tzv. kódy. Analýza spočívá nejen v popisu charakteristik obrazů, ale především ve vysvětlení toho, co tyto obrazy znamenají [Lacey 1998: 20]. Při analýze musíme brát v potaz to, že jednotlivé kódy a jejich konotace jsou determinovány kontextem, neboli sociální situací, do které je sdělení zasazeno, komunikačním kanálem neboli druhem média a tzv. message neboli sdělením⁸⁹ [Lacey 1998: 27-31]. Nyní si uveďme některé z kódů společně s jejich konotacemi. Jako první kód zmiňuje Lacey [1998] úhel kamery. Záběr zespodu (tzv. *podhled*) signalizuje mocenskou pozici. Diváci ke snímané postavě vzhlíží, proto se takového záběru využívá k reprezentaci hrdinů. Naopak záběr shora (tzv. *nadhled*) nutí diváky na objekt shlížet a vnímat jej jako podřízený [Lacey 1998: 16]. Normální úhel kamery pak značí neutrální pozici snímaného objektu [Lacey 1998: 23].

Dalším kódem je vzdálenost kamery od objektu. Rozlišuje se sedm kategorií, ale nejvíce se používají tři z nich [Lacey 1998: 18]. První je tzv. *long shot*, který přidává snímaný objekt do kontextu, dále se jedná o tzv. *medium shot*, který staví diváka do vzdálenosti dost blízké na to, aby mohl pozorovat a zároveň nebyl obtěžován⁹⁰ a poslední kategorií je tzv. *close up*, neboli detailní záběr, který staví diváka do důvěrné pozice a naznačuje mu emoční okamžik⁹¹ [Lacey 1998: 23].

Dalšími neméně důležitými kódy jsou *výběr a ořezání obrazu*, *ukotvení obrazu slovy* (např. použitím titulku nebo sloganu) a *juxtapozice*⁹². Kombinací

⁸⁹ „Message je obvykle jednoznačná a snadno rozpoznatelná. Obraz hraje zásadní roli, ale přesto jsou slova, pro jejich menší možnost dvojznačnosti, často důležitější“ [Lacey 1998: 31].

⁹⁰ Tento typ záběru se často využívá ve zpravodajství při snímání reportérů i moderátorů ve studiu. Naznačuje se tak jejich autorita a důvěryhodnost, které jsou dále podtrhovány přímým pohledem do kamery a udržováním očního kontaktu s diváky [Deacon et al. 1999: 191].

⁹¹ Do detailu patří tzv. *mug shots*, neboli policejní identifikační fotografie. Ty jsou zároveň příkladem negativní konotace detailu. Pokud se takové fotografie objeví v médiích, připomínají publiku jednak oficiální dohled, jednak přítomnost potenciální hrozby. Vedle detailu existuje tzv. velký detail, který snímá jen určitou část obličeje a je taktéž nositelem negativních konotací. Vyskytuje se často v násilných scénách například v podobě detailního záběru zuřivého pohledu vraha [Deacon et al. 1999: 192].

⁹² Jako důkaz toho, že i juxtapozice může silně ovlivnit význam, slouží Kulešovovy experimenty. Ruský režisér a filmový teoretik Lev Vladimirovič Kulešov promítal lidem stále stejný záběr tváře herce, prostřížený jinými záběry (hrající si dítě, talíř s jídlem, truchlící žena nad hrobem atd.). Diváci pak přisuzovali výrazu herce vždy jiný význam podle povahy právě promítnuté vazby [Adler 2001: 14].

mluveného komentáře a doprovodných ilustračních záběrů mohou vznikat konotace, které by bez tohoto nakombinování nikdy nemohly vzniknout. Výběr obrazu a jeho ořezání taktéž determinují význam sdělení⁹³ [Lacey 1998: 32-34]. Podstatnou součástí obrazové analýzy je kategorie *stříhu*. Ten se definuje jako „*spojení jednotlivých záběrů s cílem udělat toto spojení co nejvíce hladké, tudíž neviditelné*“ [Lacey 1998: 46-47]. Díky spojení záběrů mohou vzniknout významy, které by záběry samy o sobě nesdělovaly [Adler 2001: 13]. Vedle stříhu existují ještě další způsoby spojování obrazů dohromady: tzv. *fade-out*⁹⁴, *fade-in*⁹⁵, *dissolve*⁹⁶ a *wipe*⁹⁷ [Lacey 1998: 50].

7.3.2.2 Obsahové aspekty textu

Při obrazové analýze musíme předpokládat, že všechno, co se objeví v obraze, je tam z nějakého důvodu, nese nějaký význam. Jedná se o sadu kódů, která čeká na interpretaci. V této souvislosti se ve filmových studiích používá termín *mise-en-scène*, který odkazuje k tomu, že všechno, co se objeví v rámu obrazu (v tzv. *framingu*), je pod kontrolou režiséra. Do obsahové části obrazové analýzy tak patří především *předmět zobrazení* a *scéna*. Je obtížné rozpoznat, co je ve skutečnosti předmětem zobrazení. Při snaze pochopit předmět se opíráme o naše kulturní znalosti a porozumění sociálním normám dané společnosti. U scény je užitečné rozlišovat pozadí a popředí [Lacey 1998: 20-22].

⁹³ Například ořezáním okolního prostředí či postav vynikne lídr [Lacey 1998: 34].

⁹⁴ Fade-out znamená zastínění obrazu a evokuje konec [Lacey 1998: 50].

⁹⁵ Při použití principu fade-in „*scéna vychází z černého rámu a značí nějaký začátek*“ [Lacey 1998: 50].

⁹⁶ Dissolve znamená prolínání dvou scén. „*Dochází k převrstvení prvního záběru druhým, přičemž první záběr je zatemňován a druhý záběr roztmíván. Například prolínání záběru zlé postavy a záběru ohně naznačuje, že daná postava skončí v pekle*“ [Lacey 1998: 50].

⁹⁷ Wipe označuje stírání záběru jiným záběrem. „*Druhý záběr jde horizontálně přes první jako clona tažená přes obraz. Výsledkem je dojem nečekaného a náhlého závěru scény*“ [Lacey 1998: 50]

7.3.3 Volba analyzovaného materiálu a průběh analýzy

Po stanovení metod analýzy je dalším důležitým krokem volba analyzovaného materiálu a ujasnění postupu analýzy. Celkový analytický materiál představovalo 22 dílů *Stodvanáctky* z období od 15.1.2008 do 17.6.2008. Zdrojem dat byly webové stránky televize Nova, které obsahují archiv odvysílaných dílů [Nova.cz 2009d]. Zhlédnutí všech již odvysílaných dílů nebylo pro potřeby výzkumu nutné, protože analýza *Stodvanáctky* probíhala na základě principů výzkumné strategie zvané grounded theory – zakotvená teorie, která „je induktivně odvozená ze zkoumání jevu, který reprezentuje. [...] Shromažďování údajů, jejich analýza a teorie se vzájemně doplňují“ [Strauss – Corbinová 1999: 14]. Po vzoru zakotvené teorie tak sbírání, kódování a interpretace dat probíhaly současně.

Podle zakotvené teorie „pokračujeme s pořizováním vzorků tak dlouho, dokud není dosaženo teoretické nasycenosti každé kategorie. To znamená: (1) dokud se nezdá, že již se neukazují žádné nové nebo významné údaje vztahující se ke kategorii, (2) dokud není kategorie hutně propracovaná, v tom smyslu, že jsou popsány a vysvětleny všechny prvky paradigmatu, proces a proměnlivost a (3) dokud nejsou vztahy mezi kategoriemi dobře ustaveny a ověřeny“ [Strauss - Corbinová 1999: 140]. Analýza *Stodvanáctky* byla na základě zakotvené teorie prováděna do té doby, než došlo k saturaci vzorku, čili tak dlouho, až sledování nevedlo k získání nových informací.

Prvním krokem analýzy bylo zhlédnutí analyzovaného materiálu tedy 22 dílů pořadu *Stodvanáctka*. Na základě sledování jednotlivých dílů byly nalezeny narativní, diskursivní a technické prvky, které se v jednotlivých příbězích *Stodvanáctky* opakovaly a odhaleny strategie a prostředky, které byly v pořadu využity pro konstruování reality. Dále byly dekodovány významy sdělení, která jsou v pořadu obsažena a odhaleny způsoby, kterými jsou tato sdělení divákovi, ať už implicitně nebo explicitně, prezentována. Jako pomůcka pro realizaci analýzy a snadnější orientaci ve struktuře a obsazích jednotlivých dílů posloužily poznámky zapisované do vytvořené tabulky⁹⁸.

⁹⁸ Její náčrt je uveden v Příloze 2.

Na základě prostudování teoretických a metodologických východisek⁹⁹ a opakovaného sledování jednotlivých dílů bylo nadefinováno pět hlavních kódů. Ty byly identifikovány tak, aby představovaly ty nejdůležitější a nejvíce využívané principy používané při konstruování reality v analyzovaném pořadu. Zároveň měly sloužit jako kategorizující oblasti, v rámci kterých působí dílčí strategie a prostředky konstruování reality. Vytipovány byly následující kódy: *postava moderátora, autenticita a fakticita, výběr témat a výběr obrazů, „my“ versus „oni“ a morální apely a hodnotící soudy*.

Kód *postava moderátora* má oporu v narativní teorii, která považuje vypravěče, jehož roli ve *Stodvanáctce* přejímá právě moderátor, za jeden z hlavních pilířů diskursivní části narativu (čili té části, která se zabývá způsobem, jakým je příběh vytvořen) [srov. Kozloff 1992]. Právě v diskursivní části narativu působí strategie a prostředky konstruování reality, a proto je vypravěč jakožto hlavní prvek této části jejich důležitým nositelem. Docílit dojmu reality je základním cílem analyzovaného pořadu, a proto byla dalším kódem zvolena *autenticita a fakticita*. Tento kód zastřešuje několik strategií a prostředků sloužících k vyvolání dojmu skutečnosti a potvrzení pravdivého autorství [srov. Bell 2007; Fiske 2003; Jost 2006].

Výběr třetího kódů nazvaného *výběr témat a výběr obrazů* stojí na Laceyho tezi, že vše, co se objeví v obraze, je tam z nějakého důvodu a nese nějaký význam [srov. Lacey 1998]. Za určitým výběrem témat stojí například zpravodajské hodnoty, na základě kterých se rozhodne, která událost se stane zprávou [srov. Galtung – Ruge 1973]. Čtvrtý kód *„my“ versus „oni“* vychází z diskursivní analýzy [van Dijk 2000], která tuto dichotomii považuje za důležitou strategii zdiskreditování určité skupiny. To je podstatnou součástí také analyzovaného pořadu. Za výběrem posledního kódu *morální apely a hodnotící soudy* stojí teze, že média podporují hodnotový a normativní systém společnosti, a tudíž definují to, co je ve společnosti považované za normální, a co naopak za deviantní [srov. McQuail 2007]. Analyzovaný pořad není výjimkou a obsahuje řadu definicí normálního a deviantního, morálního a nemorálního. Konstruuje tak normalitu jakožto součást společenské reality.

⁹⁹ Ta jsou předmětem kapitol 4.2 Konstruování reality ve faktuálních žánrech, 7.2. Koncept narace v mediálních studiích, 7.3.1 Kvalitativní obsahová analýza a 7.3.2 Obrazová analýza.

8 KONSTRUOVÁNÍ REALITY VE *STODVANÁCTCE*

Následující kapitola se věnuje výsledkům kvalitativní obsahové analýzy pořadu *Stodvanáctka* se zaměřením na opakující se narativní, diskursivní a technické prvky a na strategie a prostředky konstruování reality. Pro snadnější orientaci bylo stanoveno pět větších celků neboli kódů, které představují ty nejdůležitější principy využívané ve *Stodvanáctce*. Těmito kódy jsou *postava moderátora, autenticita a fakticita, výběr témat a výběr obrazů, „my“ versus „oni“ a morální apely a hodnotící soudy*. V rámci těchto kódů funguje více strategií a prostředků, které jsou nositeli více významů, a proto se v jednotlivých kódech některé z nich opakují. Pokaždé ovšem slouží k docílení jiných významů. Analýza se pokusila dekodovat významy sdělení a odhalit způsoby, kterými jsou divákovi prezentována. Daná tvrzení budou doložena popisem či doslovným přepisem odpovídajících částí jednotlivých příběhů nebo obrazem¹⁰⁰.

8.1 Postava moderátora

Ve *Stodvanáctce* jsou jednotlivé příběhy, které vyprávějí dílčí postavy, obklopeny širším diskursem moderátora. Ten jednotlivé příběhy (reportáže), které jsou zahrnuty do jednoho dílu propojuje a drží je v koherentním celku. Má tedy funkci jakéhosi průvodce pořadem. Zároveň v příběhu funguje jako hlavní vypravěč. Pro celkové vyznění sdělení je důležité nejen to, co je jeho obsahem, ale také to, kdo je jeho nositelem. V případě moderátora *Stodvanáctky* se jedná o tzv. *známou tvář* nikoliv anonymního nezařaditelného člověka, a tím jeho sdělení působí věrohodně a důvěryhodně¹⁰¹. Moderátor Mirek Vaňura je divákům znám z jiných publicistických pořadů, které televize Nova vysílala nebo stále vysílá (*Na vlastní oči, Občanské judo*) a v očích diváků se tedy jedná o zkušeného redaktora. Vaňura se stal známou tváří také díky prezentaci pořadu, v rámci které je s pořadem neodmyslitelně spjat.

¹⁰⁰ Odkazovat na konkrétní reportáže, pasáže či obraz se bude pomocí data vysílání, pořadí reportáže, případně časového úseku. Např. pasáž trvající první minutu první reportáže ze dne 15.1.2008 bude odkazována formou [15.1., 1., 00:00-01:00]. Čtenář si tak může dohledat příslušnou reportáž či přímo pasáž na přiloženém DVD (Příloha 1) nebo v Tabulce analyzovaných dílů v Příloze 2. Odkazované obrazy jsou součástí Přílohy 3.

¹⁰¹ Zde si připomeňme již zmiňovaný fakt, že důvěryhodnost moderátora podtrhují deklarované osobní a důvěrné kontakty s policií, záchranáři a hasiči [Nova.cz 2009c].

Důvěryhodnost moderátora je posilována také jeho *lidskostí*, která se projevuje v jeho komentářích, a to především v úvodech příběhů. Je staven do role „jednoho z nás“ – ať už se jedná o hodnotící komentáře nebo projevy emocí (soucitu, lítosti, hněvu, morálního pohoršení apod.). Tím se přibližuje divákům a ti se tak lépe ztotožňují nejen s ním, ale také s obsahem jeho komentářů. Například v reportáži o sebevrahovi, který se chystá skočit z mostu a policisté jej přemlouvají, se moderátor již v úvodu zamýšlí nad tím, co by on sám v takové situaci dělal. Implicitně tak apeluje na diváky, aby se nad tímto také zamysleli, protože i oni se mohou ocitnout v podobné situaci. *„Už kolikrát jsem stál tady na Sítenském mostě v Kladně, díval se dolů a snažil se představit si, na co myslí lidé, kteří stojí na zábradlí a chystají se skočit. Je to děsivá představa. Naštěstí většinou byli záchranáři nablízku a dělali co mohli. A tak si pak zkouším představit, co se hlavou honilo jim. Kdybych totiž jednou takového zoufalého člověka také potkal, chtěl bych být na to připraven“* [23.1., 2., 00:00-00:20].

Vedle propojení jednotlivých příběhů je další moderátorovou funkcí uvádění příběhů. Na začátku moderátor funguje jako vnější vypravěč, který příběh pouze uvádí, ale v průběhu vyprávění se jeho hlas stává součástí příběhu a jeho vyprávění se střídá s vyprávěním ostatních postav. Úvod neboli intro příběhu zpravidla udává, co je v rámci příběhu důležité, kde se příběh odehrává, kdo jsou jeho aktéři a o čem příběh bude. Intro příběhu obsahuje tzv. *anticipační satelitní události*, které předznamenávají, co se bude dále v příběhu dít a zároveň vyvolávají napětí. Moderátor už svým úvodním komentářem interpretuje význam sdělení příběhu, který bude následovat.

Například v příběhu o uneseném podnikateli se již v intru dozvídáme konkrétní informaci, že se bude jednat o případ vydírání v Ústí nad Orlicí, a že sám pachatel přišel dobrovolně na policii vypovídat jako svědek. Již v intru je zřejmé, že policie musí v průběhu děje příběhu pachatele přechytračit a odhalit, že vypovídající svědek je právě tím hledaným pachatelem. Jinak by moderátor již v úvodu nenazval svědka *„chladnokrevným únoscem a vyděračem“*. Úvodní slova moderátora zní: *„Tady za mnou to je budova okresního ředitelství policie v Ústí nad Orlicí. V kriminálním příběhu, který teď uvidíte, se právě tady stalo něco, na co jen tak nezapomenou. Když jeden z chladnokrevných únosců a vyděračů zjistil, že policie pátrá po zmizelém podnikateli, měl takovou drzost, že sám*

přišel právě sem do této budovy a velmi ochotně a dobrovolně začal pomáhat a vypovídat. Samozřejmě jen to, co se mu hodilo“ [12.2., 4., 00:00-00:22]. Intro zpravidla obsahuje také personalizaci a komentáře moderátora v podobě morálních soudů a apelů a zdůrazňuje hrdinství členů záchranných složek¹⁰².

8.2 Autenticita a fakticita

Vzhledem k tomu, že *Stodvanáctka* spadá do žánru reality TV, fakticita a autenticita představují nezákladnější a nejdůležitější významy sdělení tohoto pořadu. Jinými slovy jednotlivé příběhy a jejich podání *by mělo* působit fakticky a autenticky, a *mělo by* být pravdivé. Z tohoto důvodu obsahuje text nejvíce prostředků, ať už narativních, diskursivních či technických, které jsou spojeny právě s utvářením dojmů autenticity a fakticity. Nejprve se zaměříme na technické prostředky. Zajímavé je, že mikrofon ani kamera nebývají zpravidla v záběru¹⁰³ a aktéři příběhu (vyjma moderátora) se při vyprávění zpravidla nedívají do kamery. Obě tyto strategie slouží k tomu, aby televize jakožto zprostředkovatel zmizela, a tak mezi divákem a realitou nic nestálo. Tím dochází k posílení autenticity daného sdělení.

Autenticita a fakticita jednotlivých příběhů jsou dále zdůrazňovány používáním *autentických záběrů s autentickým zvukovým doprovodem*, které, jak deklarují tvůrci pořadu, pocházejí přímo od policie, hasičů či záchranářů. V případě autentických zvukových nahrávek bývá použito *ilustračních záběrů*¹⁰⁴. Díky spojení autentického zvuku a neautentického obrazu mohou vznikat konotace, který by na základě samotného autentického zvuku nevznikly, a to i přesto, že divák ví, že se jedná o ilustrační záběry. Autentické záběry podtrhují vyprávění moderátora pořadu (či jiného redaktora), obraz je *ukotven* slovy, a dochází tak k dvojitému potvrzení pravdivosti sdělení. Jako příklad ukotvení obrazu slovy poslouží reportáž o tzv. balíkovém vrahovi, který posílal části těla v poštovních balících. Rozmazané záběry z pracoviště pošty s detailem na konkrétní balík v poštovním vozíku moderátor komentuje následovně: „*Nasládlý*

¹⁰² Více se budeme uvedenými prvky zabývat v dalších podkapitolách.

¹⁰³ To odporuje tvrzení Eca, který tento princip pokládá za rys nikoliv současné, ale dřívější televize (srov. viz kapitola 4.2.2.3 Technické prostředky).

¹⁰⁴ Srov. viz Obr. 1 v Příloze 3.

vzduch na poště Josefu Pospíšilovi [kriminalista, pozn. autora] nedovolí pochybnosti. Pach linoucí se ze zavřeného balíku mu připomíná to, co cítí pokaždé, když ohledává mrtvolu“ [5.2., 5., 00:59-01:08].

V reportážích, které se zabývají rekonstrukcemi zločinů, dochází k potlačování faktu, že tyto rekonstrukce vznikají pro televizní kamery, a působí tak velmi reálně. V rekonstrukcích jsou použity dynamické, roztřesené záběry ruční kamery, které mají nekvalitní rozmazaný obraz. Vypadají jako *amatérské* záběry, které bývají považovány za nositele reality. Použitím takových záběrů dochází ke zdůrazňování bezprostřednosti a věrohodnosti příběhu a jeho podání¹⁰⁵. K vyvolání dojmu autenticity a fakticity se používají také *detailní* záběry, s kterými se pracuje především v rekonstrukcích. Divák vidí detailní záběry místa činu spolu s tělem oběti a vražedné zbraně¹⁰⁶. Velmi časté jsou detailní záběry obličejů pachatelů – tzv. *mug shots*¹⁰⁷.

Pro potvrzení fakticity a autenticity je dále využívána *personalizace*, která se vyskytuje už v úvodu reportáže. Moderátor uvede jména aktérů a další informace, prostřednictvím kterých se aktéři příběhu přibližují divákům, a tak dochází k posilování dojmu fakticity. Konkrétní jsou také údaje o místu a času příběhu. Jako příklad personalizace uveďme příběh hasiče, o jehož záchraně rozhodovaly minuty. V úvodním komentáři moderátor zmínil křestní jméno hasiče. Komentář zněl následovně: „*Kolik času tenkrát zbývalo, aby si i Aleš strhl masku dýchacího přístroje, ve kterém došel kyslík, jako jeho brněnský kolega“ [23.1., 3., 00:20-00:25].*

Podstatnou strategií k vyvolání autentického dojmu představují *očití svědci* daných událostí a jejich výpovědi. Očití svědci jsou jako přímí aktéři děje nositeli pravdivého autorství. Například v příběhu o brněnském policistovi, který zachránil topící se ženu, popisuje očitá svědkyně, jak policista skočil do ledové vody slovy: „*Zahodil opasek s pistolí...sundal co měl...čepicu...a hned vrhl se do deří akorát než tam dojel, tak už byla u toho mostu no“ [15.1., 3., 01:48-01:55].* Fakticitu příběhu podtrhuje jednak výpověď očitě svědkyně jako taková, jednak brněnské nářečí, ve kterém je výpověď pronášena. V jiné pasáži svědkyně

¹⁰⁵ Srov. viz Obr. 2 v Příloze 3.

¹⁰⁶ Srov. viz Obr. 3 v Příloze 3.

¹⁰⁷ Srov. viz Obr. 4 v Příloze 3.

komentuje policistovu odvahu: „*Byl odvážnej to môžu říct jako byla jsem na něho jako takhle celkem aj pyšná že si toto dovolil do té studené vody skočit*“ [15.1., 3., 02:47-02:56]. K potvrzení fakticity a autenticity slouží také výpovědi policistů, záchranářů, hasičů i těch, kteří jsou zachraňováni.

Pravdivost a důvěryhodnost daného sdělení silně podtrhují *komentáře autorit* – odborníků z různých oborů. Vzhledem k obsahu příběhů *Stodvanáctky* jsou nositeli pravdivého autorství nejčastěji soudní lékaři, kriminalisti a psychologové. Odborné kompetence jsou potvrzeny dalším principem, a to již zmiňovanou známou tváří. Příkladem je komentář populárního českého sexuologa Radima Uzla v příběhu o manželském páru, který si chtěl zpestřit svůj sexuální život skupinovým sexem. Svým komentářem před takovým zpestřením varuje: „*Skupinový sex nemůže být nikdy bezpečný, pokud je bezpečný po stránce tělesné, tak nemůže být bezpečný po stránce psychické, tam vždycky musí dojít nutně k nějakým komplikacím, dřív nebo později*“ [15.1., 6., 00:56-01:05].

Fakticita příběhů je podporována také tím, že si divák představuje, jak by on sám jednal v takových situacích. V příbězích *Stodvanáctky* se totiž nejedná o situace podobné těm z filmů science fiction, nýbrž o reálné situace, do kterých se může během života dostat „každý z nás“. Možnost, že se sami diváci mohou kdykoliv stát aktéry podobných příběhů zdůrazňují komentáře moderátora, ale také již zmíněných odborníků. Jako příklad si uveďme příběh, ve kterém vypukl požár panelového domu, protože jedna z obyvatelek zapomněla, že vaří a odešla ven z bytu. Moderátor tuto situaci komentuje následovně: „*[...] Příliš často ale podceňujeme nebezpečné maličkosti třeba takové jako chvíle zaváhání a kastrůlek na sporáku. To se možná konec konců stalo někdy i vám [...]*“ [26.2., 1., 00:05-00:12].

8.3 Výběr témat a výběr obrazů

Při konstruování reality v pořadu *Stodvanáctka* hraje důležitou roli výběr témat, o kterých je referováno. V reportážích pojednávajících o záchranných akcích hasičů či záchranářů dostávají přednost ty, které skončily úspěšně. Na základě obsahu pořadu se tak může zdát, že je většina záchranných akcí úspěšná. Hasiči i záchranáři jsou v pořadu prezentováni jako hrdinové, kteří nasazují vlastní životy a zároveň obětují svůj soukromý život. Například v portrétu hasiče Michala Hrdličky je jeho hrdinství proklamováno moderátorovým komentářem: „[...] může to být právě on [Michal Hrdlička, pozn. autora] kdo ještě může tragický osud v poslední chvíli odvrátit“ [15.1., 2., 02:34-02:38]. Jako hrdinové, kteří nasazují vlastní životy jsou prezentováni například hasiči v příběhu o požáru ve vinohradských garážích. Jeden z hasičů zkolaboval uvnitř požáru, byl bezprostředně ohrožen na životě, ale jeho kolegové ho na poslední chvíli vytáhli¹⁰⁸ [23.1., 3.].

To, že hasiči obětovávají práci osobní život, dokládá jednak komentář moderátora: „*Michal hrdlička, táta od rodiny, manžel, ale také profesionální hasič, pro kterého je vlastně svátek, když jednou za čas stihne svého pětiletého syna Štěpána vyzvednout ze školky po obědě*“, jednak výpověď manželky, která následuje bezprostředně po komentáři moderátora: „[...] A stejně pak za chvíli odběhne protože mu volaj, nebo protože je támhle bouračka, támhle se něco stalo, [...] takže se vidíme málo“ [15.1., 2., 00:32-00:57].

V reportážích, jejichž obsahem jsou rekonstrukce velkých zločinů, se zpravidla vyskytují zločiny spojené s brutálním násilím, jehož oběťmi jsou děti nebo staří lidé. Dokladem je například příběh mladé matky, která bila své dítě, protože pořád brečelo. Dítě má trvalé následky v podobě mentální retardace [8.4., 6.]. Dále jsou vybírány ty zločiny, ve kterých hraje nějakou roli sex, který je často přímo motivem činu. Pachatel je tak nebezpečný sexuální deviant. Za preferencí takových témat může stát senzacechtivost a upoutání pozornosti diváka. Jako příklad uveďme příběh mladé dívky, kterou brutálně zavraždil a poté znásilnil její kamarád [11.3., 4.].

¹⁰⁸ Srov. viz Obr. 5 v Příloze 3.

Roli v konstruování reality nehraje jenom výběr témat, ale také výběr obrazů – záběrů, které jsou do pořadu vybrány. Jedná se o již zmiňované *detailní* záběry místa činu se stopami krve, tělem oběti, vražednou zbraní atd.¹⁰⁹ V rekonstrukcích dostávají velký prostor výpovědi samotných pachatelů. V případě sexuálně motivované vraždy mladé dívky jsou použity dlouhé záběry z výslechu pachatele, který podrobně popisuje jak dívku zavraždil, znásilnil a poté rozsekal [11.3., 4.]. Takový prostor oproti tomu nedostává například ta část výpovědi, která se vztahuje k motivu vraždy. Důvodem může být záměrné vyvolávání emocí a pohoršení u diváků nebo již zmiňovaná senzacechtivost příběhu.

Příběhy vysílané ve *Stodvanáctce* silně působí na *emoce*. Producenti pořadu je záměrně vyvolávají, a to právě za pomoci volby určitých témat a určitých záběrů. Typicky emotivními příběhy jsou ty, které pojednávají o starých lidech a malých dětech. K vyvolání emocí se používají konkrétní informace o aktérech příběhu, jejich osobní výpovědi, dále *výpovědi* rodinných příslušníků spolu se záběry z rodinných alb. Z technických prostředků se využívají hlavně *detailní* záběry, často *opakované*. Jako příklad může sloužit příběh o mladé vychovatelce na dětském táboře, která při stezce odvahy zachraňovala dítě, a v důsledku toho ochrnula. Komentář moderátora zní: „*Nové přátelství, mlhavé vzpomínky a následky na celý život. Taková je pro Marii Šmídovou vzpomínka na prázdniny roku 2003*“ [29.1., 3., 00:22-00:29]. Emotivnost příběhu posilují opakované záběry přátelství Marie Šmídové a hasiče, který ji zachraňoval¹¹⁰.

Důležitým prvkem reportáží *Stodvanáctky* je *napětí*, které je vyvoláváno již v úvodu příběhu, kdy moderátor pouze nastíní téma, místo a hlavní aktéry. Na začátku tak nevíme, jak se bude příběh vyvíjet. Napětí se udržuje také výběrem určitých prvků, kterými jsou například *dramatická hudba* nebo *opakované detailní záběry*. K vyvolání napětí využívá *Stodvanáctka* také *fikční* prvky, díky kterým jsou reálné kriminalistické příběhy konstruované jako fiktivní policejní dramata. Jedná se například o honičky aut, rychlý stříh nebo detailní kriminalistické záběry z místa činu. Paralelu s fikčními filmy obsahuje například příběh o pátrání po brutálním násilníkovi. Úvodní komentář k příběhu zní: „*Nejen příběh, který teď uvidíte, ale i jeho hlavní hrdinové vám budou připomínat film*

¹⁰⁹ Srov. viz Obr. 6 v Příloze 3.

¹¹⁰ Srov. viz Obr. 7 v Příloze 3.

z hollywoodské produkce. Série zločinů, brutální násilník, zoufalé vyšetřování, chytří detektivové a nakonec krásná policistka“ [25.3., 4., 00:00-00:11].

Stodvanáctka jako reprezentant infotainmentu obsahuje řadu *zábavních* prvků, které mají odlehčit jinak vážná témata. Činí tak prostřednictvím výběru reportáží se zábavním obsahem. Zábavní reportáží je například příběh o záchraně údajně zamrznutých labutí, které, jak se ukázalo v průběhu děje, jen nehybně odpočívaly¹¹¹. Zábavnost je zdůrazňována také používáním *rekvizit*, a to převážně v intru jednotlivých příběhů¹¹². Za prostředek odlehčení můžeme považovat také *intertextualitu* vyskytující se například v intru příběhu o tzv. balíkovém vrahovi. Moderátor vysvětluje důvody zařazení tohoto zločinu do *Stodvanáctky*. „Do *Stodvanáctky* jsme ho [příběh balíkového vraha, pozn. autora] *nezařadili kvůli senzaci za každou cenu, ale hlavně proto, abychom vám ukázali, že u nás máme takové detektivy, kteří si nic nežadají s těmi filmovými, a to i přesto, že ani náhodou nemají k dispozici takové technické vymoženosti jako třeba Horatio z Kriminálky Miami*“ [5.2., 5., 00:09-00:22]. Nejzábavněji pojaté reportáže jsou ty, které zobrazují akce amerických policistů. O těchto reportážích pojednává následující podkapitola.

8.4 „My“ versus „Oni“

Jednou z diskursivních strategií, která se využívá ve *Stodvanáctce*, je dichotomie skupin na „my“ versus „oni“. Doprovodným jevem této dichotomie je *pozitivní prezentace jedné skupiny a negativní prezentace druhé skupiny*. V případě *Stodvanáctky* se jedná především o dichotomii „česká policie“ versus „americká policie“, v rámci které je česká policie prezentována pozitivně a americká policie prezentována negativně. Čeští policisté jsou prezentováni jako hrdinové, kteří jsou vždy ochotni pomoci a neznají žádnou překážku. Příkladem je záchranná akce zlínské speciální policejní jednotky, která se dostane do zamčeného bytu sláněním ze střechy¹¹³. Američtí policisté jsou naopak prezentováni jako neschopní, hrubí a agresivní. Jako příklad uveďme reportáž, v rámci které se americká policie vypořádává se zločincem pomocí elektrického

¹¹¹ Srov. viz Obr. 8 v Příloze 3.

¹¹² Srov. viz Obr. 9 v Příloze 3.

¹¹³ Srov. viz Obr. 10 v Příloze 3.

paralyzéro. Komentář zní: „[...] *Ruka zákona má k dispozici rychlou a účinnou metodu, jak vyhrát. Protivníka zasáhne krátký a silný elektrický výboj*“ [29.1., 6., 01:00-01:06]. Agresivitu amerických policistů reprezentuje také reportáž, ve které policista fyzicky napadne řidiče, který se dopustil přestupku¹¹⁴.

Reportáže o akcích amerických policistů provází *ironický komentář* vypravěče, který tak ukotvuje obraz autentických policejních záznamů a dává mu tím význam. Například reportáž o požáru v důsledku srážky vlaků obsahuje ironický komentář, který implicitně sděluje, že američtí policisté moc nepomohli a odjeli. Komentář zní: „*Prostě, když jde do tuhého, je dobré vědět, že jsou tu strážci zákona, kteří pomůžou a navrch přidají pár moudrých slov*“. Následuje střih a na obrazovce vidíme překlad autentického výroku policisty: „*Všem, který tady znáte, to řekněte. Vlak vyletěl do povětří, jo, řekněte to všem sousedům*“ [26.2., 6., 01:33-01:43]. Následně vidíme, jak policejní auto odjíždí pryč. Komentář obsahuje kromě ironie také další rétorické figury – *metafory*. Příkladem je metafora „*policisté jako smečka hladových psů*“ [5.2., 6., 01:37], jejíž významem je opět zdiskreditování americké policie. Významu sdělení se dosahuje také pomocí *výběru slov* – např. američtí policisté jsou nazýváni pejorativně jako „*poldové*“ [15.1., 7., 00:31]. To neplatí v případě referování o českých „policistech“.

Příběhy amerických policistů jsou v porovnání s příběhy českých policistů, záchranářů či hasičů podány odlehčenou zábavní formou a jejich témata nemají tak závažný charakter. Ve většině případů se jedná o honičky, nezávažné dopravní přestupky či pouliční výtržnost. Akce amerických policistů narozdíl od akcí z českého prostředí končí většinou nezdarem.

¹¹⁴ Srov. viz Obr. 11 v Příloze 3.

8.5 Morální apely a hodnotící soudy

Normalitu jakožto součást společenské reality konstruuje ve *Stodvanáctce* především moderátor, a to svými *komentáři*, které pronáší již v úvodu jednotlivých reportáží. Je nositelem jednak morálních apelů na diváky, jednak také hodnotících soudů, a to převážně směrem k jednání pachatelů nebo k výši trestu odnětí svobody pachatele. Například reportáž o mladé matce, které bila své dítě, uvozuje moderátor slovy: *„Ublížit dítěti patří k těm nejméně pochopitelným hříchům člověka. [...] Ještě méně pochopitelné je, že když tím, kdo ublíží, je žena. Ale osud nám dává do vínku velké překážky a zoufalé dětství jedné malé holčičky mělo smutné pokračování, i když vyrostla“* [8.4., 6., 00:00-00:18]. Na závěr reportáže říká: *„O svoji dceru Kristýnku se ale přestala zajímat příliš brzy, žádné návštěvy, žádný zájem, ale možná je to tak lepší“* [8.4., 6., 05:00-05:08]. Sdělením tohoto příběhu je, že ublížit dítěti je jedním z nejzávažnějších morálních selhání.

Moderátor, ale také samotní záchranáři se dále pohoršují nad tím, že lidé, kterým je poskytována pomoc, bývají nevděční. Jejich nevděk se projevuje například tím, že zpětně svým záchráncům nepoděkují. Implicitním sdělením je pak jakýsi morální apel na lidi, aby si práce záchranářů a jich samotných více vážili a alespoň jim poděkovali. Jak komentují záchranáři, nejenže jim lidé nepoděkují, ale někteří jim záchranou akci přímo znemožňují a nadávají jim. Příkladem je reportáž o záchraně mladých opilých lidí, kteří měli autonehodu. Výpověď záchranářů zní: *„Byli agresivní, křičeli, sprostě nám nadávali. [...] No nám ještě padlo hodně sprostých slov na naši adresu. Člověk se jim snaží pomoci, aby si nepřivodili další třeba zranění a oni prostě nebyli schopný...bylo tam vobtěžný se s nima domluvit, něco se jim řeklo jako třeba třikrát za sebou a stejně jako neposlechli“* [23.1., 1., 01:33-02:05].

Nemorální chování zraněných z uvedeného příběhu podtrhuje také komentář moderátora, když říká: *„Když jsme zraněné po pár dnech oslovili, odmítli se o nehodě bavit s tím, že nemají důvod někomu děkovat“*. Následuje stíž a opět komentáře záchranářů: *„Většina lidí nám nepoděkuje, prostě berou to jako automatickou vlastně věc. Já pracuji u záchranky už nějaký rok, a že by mě někdo přišel poděkovat, neříkám, že sem se s tím nikdy nesešel, ale to je naprosto*

výjimečná záležitost“ [23.1., 1., 02:36-02:53]. Zde dochází na základě zkušenosti jednoho záchranáře ke zobecnění, že lidé jsou nevděční a záchranářům neděkují.

Příběhy *Stodvanáctky* konstruují realitu také tím, že vyvolávají paniku z potenciální hrozby a nebezpečí, které na člověka číhají všude kolem. Lidé jsou ohroženi v podstatě čímkoliv a kdekoliv. Podle jedné reportáže *Stodvanáctky* představuje každodenní riziko například používání výtahu. Moderátor v intru příběhu komentuje: *„Nebezpečí číhá doslova na každém kroku, já vím nejde na to myslet pořád, ale zase na druhou stranu je dobré si na to alespoň občas vzpomenout. Třeba takový obyčejný výtah. Otevřeme dveře a chceme vstoupit, koho by napadlo, že místo kabiny tam bude díra“* [5.2., 1., 00:00-00:13]. Moderátora slova podtrhuje také obraz – moderátor přivolává výtah, chce vstoupit a ukazuje na podlahu výtahu¹¹⁵. Ve *Stodvanáctce* se objevují i závažnější a děsivější hrozby, jako například ta, že vrah a oběť se znají, nebo jsou si dokonce velmi blízcí. Významem takových sdělení je to, že lidé jsou ohroženi nejen neznámými zločinci, ale i vlastní rodinou a kamarády.

Stodvanáctka apeluje na diváky, aby zbytečně neriskovali při různých sportech a jiných rizikových činnostech. Jako příklad si uveďme úvodní komentář k příběhu záchrany chlapce, který se zřítíl do jeskyně. *„K adrenalinovému sportu riziko prostě patří. Málokdo si ale uvědomuje, že mu hrozí opravdové nebezpečí, když se rozhodne, že si třeba sleze nějakou skálu, vyskočí z letadla, a nebo si prozkoumá nějaké to podzemí“* [15.1., 5., 00:00-00:11]. Lidé ale nemají být opatrní jen vůči sobě, ale také vůči ostatním a pomáhat jim. Nemají před problémy jiných zavírat oči a nemají být lhostejní vůči svému okolí. Takové sdělení explicitně potvrzuje nejen moderátor, ale také záchranáři, policisté či hasiči.

Jako příklad nám poslouží příběh muže, kterému se udělalo špatně a zůstal ležet na zemi v nádražní hale. Muži pomohli až policisté, kteří také přivolali záchranou službu. Příběh začíná slovy: *„Je to tak, lhostejnost a nevšímavost je v nás docela dobře zakořeněná, možná to chce docela odvalu změnit si svůj klidný obyčejný den a zamíchat se do cizího neštěstí. Možná tím chráníme svůj zdánlivý pocit bezpečí, ale možná by se jednou role mohly otočit a někdo takhle překročí nás“* [29.1., 1. 00:00-00:15]. Tato slova dokládá také obraz - moderátor

¹¹⁵ Srov. viz Obr. 12 v Příloze 3.

překračuje ležícího člověka na chodníku¹¹⁶. K lhostejnosti lidí se v průběhu děje příběhu vyjadřují další aktéři, a sice policisté: „*Vidíte člověka ležet na břiše z dvaceti metrů, nevíte, kdo to je, co to je a vidíte jak jenom lidi jdou kolem a nic se neděje*“ [29.1., 1., 00:46-00:52]. Potenciální hrozbu vyvolává komentář vypravěče: „*[...] Ale jak potvrzují lékaři, to samé se člověku může stát i po jedné sklence alkoholu, a to by asi každý doufal, že se najde někdo, kdo pomůže nebo pomoc přivolá*“ [29.1., 1., 02:46-02:54]. Morální soud na konec příběhu vyslovuje záchranář, když říká: „*To závisí na svědomí každého z nás, jestli se nad ležícím člověkem skloní a zeptá...nebo zjistí a případně má tu odvahu pokračovat dál v nějaký...přivolání nebo poskytnutí pomoci*“ [29.1., 1., 03:04-03:13].

Ve *Stodvanáctce* se objevují hodnotící komentáře nejen moderátora, ale také odborníků – kriminalistů a soudních znalců. Svými morálními apely a pohoršeními se dostávají blíže k divákovi, který se díky tomu s nimi a s obsahem pořadu lépe ztotožňuje. Kriminalisté hodnotí výši trestu odnětí svobody zločince, jehož trestný čin vyšetřovali, a to například v příběhu brutální vraždy mladé dívky: „*Já bych mu dal nejtěžší trest, kterej vůbec podle našeho trestního zákona na případ vraždy je. To byl její kamarád, že jo a vlastně ona na něj spoléhala, že jí doprovodí domů a on nakonec prostě to co ji udělal, tak to je...to se vůbec nedá omluvit a nijak ani vysvětlit, to je prostě hnusný*“ [11.3., 4., 09:25-09:45]. Tato slova kriminalisty jsou podložena obrazy znázorňujícími hrob mladé dívky a její fotografii, použito je tzv. prolínání scén¹¹⁷.

Z komentáře moderátora a odborníků vyplývá, že kdokoliv se může stát nejen obětí, ale také vrahem. A to i na první pohled normální člověk, který nejevil známky agresivity, stejně jako mladý muž, který v afektu ubodal jiného muže, protože ho ponižoval a urážel. Kriminalista říká: „*Na první pohled takovej, kdybych ho potkal na ulici nebo se s ním bavil, nevěděl jsem že to je pachatel trestného činu vraždy, slušnej mladej kluk*“ [12.2., 3., 02:35-02:42].

¹¹⁶ Srov. viz Obr. 13 v Příloze 3.

¹¹⁷ Srov. viz Obr. 14 v Příloze 3.

8.6 Shrnutí

Pořad reality TV 112: *V ohrožení života* využívává několik opakujících se narativních, diskursivních a technických prostředků ke konstruování reality. Důležitou roli hraje moderátor, který je hlavním *vypravěčem* příběhu a nositelem prostředků konstruování reality, mezi které patří *personalizace*, *známá tvář* spojená s důvěryhodností, *ukotvení obrazu slovy* a v neposlední řadě také *komentáře*, kterými interpretuje význam příběhu, nebo jimi vyjadřuje morální mínění. Zároveň jako autor pořadu stojí za výběrem určitých témat.

Hlavními prvky pořadu jsou autenticita a fakticita. K jejich zdůrazňování jsou používány rozdílné strategie a prostředky. Z technických prostředků jsou to převážně deklarované *autentické záběry*, dále pak *rozmazané*, *opakované* a *detailní záběry*, *ukotvení obrazu slovy* a skutečnost, že přítomnost *výrobních aparátů* je očím diváků *skryta*. Nejdůležitějším diskursivním prostředkem k dosažení autenticity a fakticity jsou *komentáře očitých svědků a odborníků*.

V konstruování reality v analyzovaném pořadu hraje velkou roli *výběr témat* a *výběr obrazů*. Témata jsou vybírána tak, aby docílila prezentace *českých záchranných složek* v *pozitivním* světle. Příběhy zařazené do vysílání tak tvoří převážně úspěšné záchranné akce a prezentace českých záchranářů, hasičů či policistů jako hrdinů. V reportážích zabývajících se rekonstrukcemi zločinu jsou preferována témata spojená se *sexem*, s *ubližováním dětem a starým lidem* a s *brutálními násilnými trestnými činy*. Lze se domnívat, že za tímto výběrem stojí senzacechtivost a negativita. Témata jsou vybírána tak, aby v divácích vyvolala *emoce*, a to za použití prostředků jako *opakované detailní záběry*, *osobní výpovědi obětí a jejich rodinných příslušníků* nebo podbarvením příběhu *dramatickou hudbou*.

Součástí konstruování reality v analyzovaném pořadu je reprezentace *amerických policistů*. Ti jsou na rozdíl od českých záchranných složek prezentováni *negativně* za doprovodu *ironických komentářů*, používáním *metafor* a *výběrem slov*. V pořadu dochází také ke konstruování normality. Jejimi nositeli jsou převážně *komentáře moderátora*, ale také *odborníků, policistů a záchranářů*.

9 ZÁVĚR

Pořady náležející žánru reality TV představují důležitou součást současné mediální produkce. Jedná se o relativně nový žánr, který vytváří hybridní formy typické pro postmoderní společnost. Tato diplomová práce si kladla za cíl zanalyzovat tento žánr, a to především z pohledu narušování dichotomie realita versus fikce, která se využívá pro zkoumání televizních žánrů. Cílem výzkumné části práce bylo odhalit opakující se narativní, diskursivní a technické prostředky v pořadu *112: V ohrožení života*, a odhalit tak strategie a prostředky konstruování reality v analyzovaném pořadu.

Teoretická část diplomové práce se zabývala žánrem jako obecnou analytickou kategorií a problémy jejího používání pro zkoumání mediálních obsahů. Dále vymezila žánr reality TV, zasadila jej do kontextu mediální konstrukce reality, hybridizace mediálních obsahů a konceptu dichotomie realita versus fikce. Byly představeny přístupy žánrové analýzy podle Arthura A. Bergera [1992] a byl diskutován problém používání žánrových kategorií jako analytického nástroje, který spočívá především v obtížném rozlišení jednoho žánru od druhého a nesnadné prokazatelnosti shody porozumění mezi podavateli a příjemci [McQuail 2007]. Byla vymezena dvě pojetí žánru. První pojetí chápe žánr jako kulturní konvenci, druhé pojetí chápe žánr jako text. Z textové pojetí pak vycházela výzkumná část práce. Reality TV byla definována jako široká oblast rozdílných pořadů, které spojuje to, že se nějakým způsobem vztahují k realitě. Dále byly odhaleny kořeny reality TV, které lze najít v bulvární žurnalistice a filmové a televizní dokumentaristice.

V části věnované mediální konstrukci reality byla vymezena konstrukcionistická teorie reprezentace reality, ze které vycházela analýza pořadu *112: V ohrožení života*. Uvedeny byly strategie a prostředky konstruování reality ve faktuálních žánrech, jejichž používání a významy byly zkoumány v analyzovaném pořadu. Další část diplomové práce se věnovala procesu hybridizace a reality TV jakožto hybridnímu žánru docutainmentu a infotainmentu. Představeno bylo nové pojetí chápání dokumentu Johna Cornera [2000], který upozorňuje na novou dimenzi dokumentu, kterou je faktuální televizní zábava. Tento nový rozměr dokumentu naplňuje žánr reality TV. Na základě tezí

Umberta Eca [2000] a François Josta [2006] bylo vysvětleno proč tradiční dichotomie televizních pořadů, která je dělí na informační a fikční, v současné mediální produkci nefunguje, čehož je důkazem právě žánr reality TV.

Na teoretickou část práce navazuje empirický výzkum pořadu *112: V ohrožení života*, který byl realizován na základě opakovaného zhlédnutí 22 dílů z období od 15.1.2008 do 17.6.2008. Výzkum probíhal podle zakotvené teorie, a tudíž sbírání, kódování a interpretace dat probíhaly současně. Analýza byla prováděna do té doby až sledování nevedlo k získání nových informací. Cílem analýzy bylo porozumět textu (pořadu), a odhalit tak opakující se diskursivní, narativní a technické prostředky, které se používají ke konstruování reality v analyzovaném pořadu. Metodou výzkumu byla zvolena kvalitativní obsahová analýza zahrnující diskursivní a narativní analýzu a kvalitativní obrazová analýza. Ukázalo se, že zvolené metody byly vhodným nástrojem k naplnění cílů.

V rámci analýzy bylo zvoleno pět kódů neboli principů, které se v analyzovaném pořadu opakují. Těmito kódy jsou postava moderátora, autenticita a fakticita, výběr témat a výběr obrazů, „my“ versus „oni“ a morální apely a hodnotící soudy. Bylo zjištěno, že v rámci těchto kódů funguje několik strategií a prostředků využívání ke konstruování reality. Z výsledků analýzy vyplývá, že důležitým narativním i diskursivním prvkem pořadu je moderátor, jehož hlavní funkcí je vypravovat příběh, dodávat mu na důvěryhodnosti a interpretovat. Používá k tomu strategii personalizace a známé tváře, ukotvení obrazu slovy a především komentáře. Mezi technické prostředky, jimiž je v pořadu dosahováno autenticity a fakticity patří převážně rozmazané, opakované a detailní záběry, ukotvení obrazu slovy a skryté výrobní aparáty. Ovšem nejdůležitějším prostředkem konstruování fakticity a autenticity jsou komentáře očitých svědků a odborníků.

Realita je v analyzovaném pořadu dále konstruovaná pomocí výběru témat a výběru obrazů. Preferovány jsou takové témata a obrazy, které prezentují české záchranné složky v pozitivním světle. Dalšími preferovanými tématy jsou sex, ubližování dětem a starým lidem, brutální násilné trestné činy. Za výběrem témat a obrazů stojí záměrné vyvolávání emocí a napětí, senzacechtivost a negativita. Na rozdíl od pozitivního obrazu českých policistů, konstruuje pořad negativní obraz amerických policistů. Používá k tomu převážně ironické komentáře,

metafory a výběr slov. Součástí konstruování reality je konstruování normality, jejímiž nositeli v pořadu jsou převážně komentáře moderátora a odborníků.

Na žánr reality TV bylo v této diplomové práci nahlíženo jako na text a s ohledem na cíl práce byla zvolena textová analýza. Na žánr reality TV ovšem lze nahlížet také jako na kulturní konvenci sdílenou producenty a publikem, a při zkoumání žánru tak zohlednit jeho uživatelský aspekt. Pořady reality TV pak lze zkoumat z pohledu jejich diváků, čili zabývat se diváckou recepcí. Realita pořadu *112: V ohrožení života* by se tak vedle metod textové analýzy dala zkoumat použitím metody hloubkových rozhovorů s diváky. Pomocí rozhovorů by se zjišťovalo, do jaké míry považují sami diváci dané příběhy za reálné nebo naopak konstruované.

ANOTACE

Příjmení a jméno autora: Němečková Barbora

Název katedry a fakulty: Katedra žurnalistiky, Filozofická fakulta

Název diplomové práce: Analýza žánru reality TV – konstruování reality v pořadu 112: V ohrožení života

Vedoucí diplomové práce: Mgr. Marek Lapčík, Ph.D.

Počet znaků: 165 473 včetně mezer a včetně poznámek pod čarou

Počet příloh: 3

Počet titulů použité literatury: 63

Klíčová slova: analýza žánru, reality TV, mediální konstrukce reality, hybridizace mediálních obsahů, realita versus fikce, kvalitativní obsahová analýza

Charakteristika diplomové práce:

Diplomová práce se věnuje analýze v současné době velmi populárního televizního žánru reality TV a způsobům konstruování reality v pořadu 112: V ohrožení života, který je jedním z reprezentantů tohoto žánru v českém mediálním prostředí. Práce se zaměřuje především na vymezení, vznik a vývoj žánru, pokouší se jej zasadit do kontextu mediální konstrukce reality a hybridizace mediálních obsahů a diskutovat jeho místo v rámci konceptu dichotomie reality versus fikce. Prostřednictvím empirického výzkumu se snaží odhalit konkrétní strategie a prostředky využívané ke konstruování reality a odkrýt významy sdělení v pořadu 112: V ohrožení života, a to za použití kvalitativních metod pro analýzu textu.

SEZNAM POUŽITÝCH PRAMENŮ A LITERATURY

ADLER, Rudolf. *Cesta k filmovému dokumentu*. 3. vyd. Praha: Filmová a TV fakulta Akademie múzických umění, 2001. ISBN 80-85883-72-4.

BAJGAR, Radek – KRUML, Milan. *Možnosti dokumentárních cross-žánrů v televizi* [přednáška]. Jihlava: Mezinárodní festival dokumentárních filmů Jihlava. 27.10.2007.

BARKER, Chris. *Television, globalization and cultural identities*. Maidenhead: Open University Press, 2005. ISBN 0335199550.

BARKER, Chris. *Slovník kulturních studií*. Praha: Portál, 2006. ISBN 80-7367-099-2.

BAUDRILLARD, Jean. *Dokonalý zločin*. Olomouc: Periplum, 2001. ISBN 80-902836-7-5.

BAUER MEDIA v.o.s. Představujeme: Mirek Vaňura. *Týdeník Televize*, 2008/28, s.11. ISSN 1211-7625.

BELL, Allan. The discourse structure of news stories. In BELL, Allan – GARRETT, Peter (eds.). *Approaches to media discourse*. Oxford: Blackwell Publishing, 2007. s. 64-104. ISBN 978-0-631-19887-1.

BERGER, Arthur Asa. *Popular culture genres: theories and texts*. Newbury Park, London, New Delhi: SAGE Publications, 1992. ISBN 0-8039-4726-7.

BERGER, Arthur Asa. *Narratives in popular culture, media, and everyday life*. Thousand Oaks, London, New Delhi: SAGE Publications, 1997. ISBN 0-7619-0345-3.

BERGER, Peter L. – LUCKMANN, Thomas. *Sociální konstrukce reality: pojednání o sociologii vědění*. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 1999. ISBN 80-85959-46-1.

BIGNELL, Jonathan. *Big brother: reality TV in the twenty-first century*. New York: Palgrave Macmillan, 2005. ISBN 13:978-1-4039-1685-3.

BURTON, Graeme - JIRÁK, Jan. *Úvod do studia médií*. Brno: Barrister & Principal, 2001. ISBN 80-85947-67-6.

CORNER, John. *Documentary in a Post-Documentary Culture? A Note on Forms and their Functions* [online]. Programme Changing Media - Changing Europe of the European Science Foundation. Working Paper No. 1. 2000. Loughborough University [citováno 2008-11-24]. Dostupné z WWW: <<http://www.lboro.ac.uk/research/changing.media/John%20Corner%20paper.htm>>.

CORNER, John. Documentary realism. In CREEBER, G. (ed.). *The Television Genre Book*. London: British Film Institute, 2001. s. 126-9. ISBN 0851708501.

DEACON, David, et al. *Researching communications: a practical guide to methods in media and cultural analysis*. London, New York: Edward Arnold, Oxford University Press, 1999. ISBN 0340596856.

DEBORD, Guy. *Společnost spektaklu*. Praha: Intu, 2007. ISBN 978-80-903355-5-4.

Van DIJK, Teun A. The interdisciplinary study of news as discourse. In JENSEN, Klaus B. - JANKOWSKI, Nicholas W. (eds.). *A handbook of qualitative methodologies for mass communication research*. London, New York: Routledge, 1993. s. 108-120. ISBN 0-415-05405-2.

van DIJK, Teun A. New(s) racism: a discourse analytical approach. In COTTLE, Simon (ed.). *Ethnic minorities and the media: changing cultural boundaries*. Milton Keynes, Buckingham, Philadelphia: Open University Press, 2000. s.33-49. ISBN 0335202705.

DISMAN, Miroslav. *Jak se vyrábí sociologická znalost: příručka pro uživatele*. 3. vyd. Praha: Karolinum, 2002. ISBN 80-246-0139-7.

ECO, Umberto. *Mysl a smysl: sémiotický pohled na svět*. Praha: Moraviapress, 2000. ISBN 80-86181-36-7.

FEUER, Jane. Genre study and television. In ALLEN, Robert C. (ed.). *Channels of discourse, reassembled: television and contemporary criticism*. 2. vyd. New York, London: Routledge, 1992. s. 105-120. ISBN 0-415-08059-2.

FISKE, John. *Television culture*. 11. vyd. London, New York: Routledge, 2003. ISBN 0-415-03934-7.

- GALTUNG, Johan – RUGE, Mari. Structuring and selecting news. In COHEN, Stanley; YOUNG, Jock (eds.). *The Manufacture of News*. London: Constable, 1973. s. 62-72. ISBN 0803911742.
- GANE, Mike – ARNAUD, Monique – LOTRINGER, Sylvere. *Rozhovory s Baudrillardem*. Olomouc: Votobia, 1997. ISBN 80-7198-252-0.
- GILL, Rosalind. Discourse analysis. In BAUER, Martin W. – GASKELL, Georgie (eds.). *Qualitative researching with text, image and sound: a practical handbook*. London: Sage Publications, 2000. s. 172-190. ISBN 0761964819.
- HABERMAS, Jürgen. *Strukturální přeměna veřejnosti: zkoumání jedné kategorie občanské společnosti*. Praha: Filosofia, 2000. ISBN 8070071346.
- HARTLEY, John. *Understanding News*. London: Routledge, 2005. ISBN 0-415-03933-9.
- HALL, Stuart. Encoding/decoding. In HALL, Stuart et al. (eds.). *Culture, Media, Language*. London: Routledge, 1992. s. 117-127. ISBN 0415079063.
- HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. Praha: Portál, 2005. ISBN 80-7367-040-2.
- HILL, Annette. Big brother: the real audience. *Television New Media* [databáze online]. 2002, roč. 3, č. 3, s. 323-340 [citováno 2008-10-28]. Dostupné z WWW: <<http://tvn.sagepub.com/cgi/content/abstract/3/3/323>>.
- HILL, Annette. *Reality TV: audiences and popular factual television*. London, New York: Routledge, 2005. ISBN 0-415-26151-1.
- HOLMES, Su. „But this time you choose!“: approaching the „interactive“ audience in reality TV. *International Journal of Cultural Studies* [databáze online]. 2004, roč. 7, č. 2, s. 213 – 231 [citováno 2008-10-28]. Dostupné z WWW: <<http://ics.sagepub.com/cgi/content/abstract/7/2/213>>.
- CHATMAN, Seymour. *Příběh a diskurs: narativní struktura v literatuře a filmu*. Brno: Host, 2008. ISBN 978-80-7294-260-2.
- JIRÁK, Jan – KÖPPLOVÁ, Barbara. *Média a společnost*. Praha: Portál, 2003. ISBN 80-7178-697-7.

JIRÁK, Jan. Reality show, nebo show reality? In ROHÁL, Robert; TYCHTL, Petr. *To každopádně! Realita, nebo show?* Praha: XYZ, 2005. s. 161 – 170. ISBN 80-86864-46-4.

JOST, François. *Realita/Fikce – říše klamu*. Praha: Akademie múzických umění, 2006. ISBN 80-7331-056-2.

KIM, Pyungho – SAWHNEY, Harmeet. A machina-like new medium: theoretical examination of interactive TV. *Media, Culture & Society* [databáze online]. 2002, roč. 24, č. 2, s. 217-233 [citováno 2009-11-15]. Dostupné z WWW: <<http://mcs.sagepub.com/cgi/content/abstract/24/2/217>>.

KOZLOFF, Sarah. Narrative theory and television. In ALLEN, Robert C. (ed.). *Channels of discourse, reassembled: television and contemporary criticism*. 2. vyd. New York, London: Routledge, 1992. s. 52-73. ISBN 0-415-08059-2.

KRONICK, Jane C. Alternativní metodologie pro analýzu kvalitativních dat. *Sociologický časopis*, 1997, roč. 33, č. 1, s. 57-67. ISSN 00380288.

KUNCZIK, Michael. *Základy masové komunikace*. Praha: Karolinum, 1995. ISBN 80-7184-134-X.

LACEY, Nick. *Image and representation: key concept in media studies*. New York: Palgrave, 1998. ISBN 0-312-21-263-8.

LACEY, Nick. *Narrative and genre: key concepts in media studies*. New York: Palgrave, 2000. ISBN 0-333-65872-8.

LARSEN, Peter. Textual analysis of fictional media content. In JENSEN, Klaus B. - JANKOWSKI, Nicholas W. (eds.). *A handbook of qualitative methodologies for mass communication research*. London, New York: Routledge, 1993. s. 121-134. ISBN 0-415-05405-2.

McQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. 3.vyd. Praha: Portál, 2007. ISBN 978-80-7367-338-3.

MONACO, James. *Jak číst film: svět filmů, médií a multimédií*. Praha: Albatros, 2004. ISBN 13-844-005-09.

NOVA.CZ. 112. In *Webová stránka pořadu 112* [online]. 2009a [cit. 2009-01-19].

Dostupný z WWW:

<<http://web.nova.cz/tvnova/?138c=%3Bporady~&138e=DO127>>.

NOVA.CZ. 112. In *Webová stránka pořadu 112* [online]. 2009b [cit. 2009-01-19].

Dostupný z WWW:

<http://web.nova.cz/tvnova/?138c=%3Bporady%7E&138e=DO127&do127p__ex_t_ext=3&ex127=112>.

NOVA.CZ. 112. In *Webová stránka pořadu 112* [online]. 2009c [cit. 2009-01-19].

Dostupný z WWW:

<http://web.nova.cz/tvnova/?138c=%3Bporady%7E&138e=DO127&do127p__ex_t_ext=2&ex127=112>.

NOVA.CZ. 112 - díly z 15.1.2008-17.6.2008. In *Archiv TV Nova* [online]. 2009d [cit. 2009-01-10 až 2009-09-29]. Dostupný z WWW: <<http://archiv.nova.cz/112/>>.

PEARSON, Roberta E. – SIMPSON, Philips (eds.). *Critical dictionary of film and television theory*. London: Routledge, 2001. ISBN 0415162181.

PLÁŠEK, Radovan - ŠTĚTKA, Václav. Hybridizace. *Revue pro média* [online].

2002, roč. 2, č. 4 [cit. 2009-11-25]. Dostupné z WWW:

<<http://fss.muni.cz/rpm/Revue/Heslar/hybridizace.htm>>.

POSTMAN, Neil. *Ubavit se k smrti: veřejná komunikace ve věku zábavy*. Praha: Mladá fronta, 1999. ISBN 8020407472.

PROKOP, Dieter. *Boj o média: dějiny nového kritického myšlení o médiích*. Praha: Karolinum, 2005. ISBN 80-246-0618-6.

REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-926-7.

ROSCOE, Jane. Big brother Australia: performing the „real“ twenty-four-seven. *International Journal of Cultural Studies* [databáze online]. 2001, roč. 4, č. 4, s. 473–488 [citováno 2008-10-28]. Dostupné z WWW:

<<http://ics.sagepub.com/cgi/content/abstract/4/4/473>>.

SEDLÁKOVÁ, Renáta. Mediální konstrukce reality – reprezentace druhých. In FORET, Martin; LAPČÍK, Marek; ORSÁG Petr (eds.). *Média dnes: reflexe mediality, médií a mediálních obsahů*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2008. s. 145 – 160. ISBN 978-80-244-2023-3.

SCHULZ, Winfried. Masová média a realita. ‚Ptolemaiovské‘ a ‚koperníkovské‘ pojetí. In JIRÁK, Jan; ŘÍCHOVÁ, Blanka (eds.). *Politická komunikace*. Praha: Karolinum, 2000. s. 24 – 40. ISBN 80-246-0182-6.

STRAUSS, Anselm – CORBINOVÁ, Juliet. *Základy kvalitativního výzkumu: postupy a techniky metody zakotvené teorie*. Boskovice: Albert, 1999. ISBN 80-85834-60-X.

ŠTĚTKA, Václav. Od imperialismu ke glokalizaci: paradigmatické proměny a současné trendy ve výzkumu mezinárodní komunikace. *Mediální studia*, 2007, roč. 1, č. 1, s. 8-33. ISSN 1801-9978.

THOMPSON, John B. *Média a modernita: sociální teorie médií*. Praha: Karolinum, 2004. ISBN 80-246-0652-6.

TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Praha: Portál, 2006. ISBN 80-7367-096-8.

TUCHMAN, Gaye. *Making news: a study in the construction of reality*. New York, London: Free Press, 1978. ISBN 9780029329306.

WIKIPEDIA.ORG. 999 (*BBC TV series*) [online]. Poslední revize 29.10.2009 [cit. 2010-03-03]. Dostupné z WWW:
<http://en.wikipedia.org/wiki/999_%28BBC_TV_series%29>.

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha 1: DVD s analyzovaným materiálem přiložené k diplomové práci

Příloha 2: Tabulka analyzovaných dílů

Příloha 3: Výběr analyzovaných snímků

PŘÍLOHY

Příloha 2

TABULKA ANALYZOVANÝCH DÍLŮ

Datum vysílání	Pořadí	Název příběhu	Čas (min)	Poznámky
15.1.2008	1	Podvodník, který měl obrovskou smůlu	2:27	
	2	Portrét hasiče posedlého zachraňováním	3:39	
	3	Policistův odvážný kousek	3:49	
	4	Záchrana tonoucího	1:27	
	5	Odborník na výbušniny při záchraně chlapce	3:54	
	6	Zločin, který začal jako sexuální dobrodružství	9:08	
	7	Podvedení policisté v Americe	1:52	
23.1.2008	1	Záchrana čtyř mladých opilých lidí	3:27	
	2	Přemlouvání sebevraha	3:49	
	3	Hasiči ztraceni ve vinohradských garážích	11:25	
	4	Pátrání po stopách krve na zdi	5:44	
	5	Policie v akci	1:50	
29.1.2008	1	Infarkt i opilecká slabost mohou mít stejné příznaky	3:52	
	2	Znásilnění, ze kterého se vyklubal incest	4:41	
	3	Stezka odvahy málem skončila tragédií	3:22	
	4	Řidič zastavil policii až když po něm začala střílet	3:49	
	5	Případ vraždícího zloděje	8:32	
	6	Rvačka v USA	1:59	
5.2.2008	1	Výtahová šachta	2:41	
	2	Policisté v akci	3:09	
	3	Záchrana malé holčičky	5:52	
	4	Jak pomoci podchlazenému	1:47	
	5	Balíkový vrah	10:32	
	6	Policie v akci	1:59	

12.2.2008	1	Nehoda motorkáře	6:29	
	2	Pomoc bezvládně ležícímu	1:40	
	3	Ponižování a urážky mohou tragicky vyprovokovat i mírného člověka	4:10	
	4	Chladnokrevný zločin dvou mladíků, kterým se nechtělo pracovat	11:07	
	5	Policie v akci	1:31	
19.2.2008	1	Záchrana jeskyňářů	2:42	
	2	Záchrana opilce po záchvatu	3:50	
	3	Co dělat při záchvatu epilepsie	1:06	
	4	Vraždící synovec	5:55	
	5	Pátrání po bestiálním vrahovi	10:57	
	6	Policista, který to přehnal	1:49	
26.2.2008	1	Odskočení od rozpálené plotny	2:49	
	2	První pomoc při opaření nebo popálení	1:30	
	3	Nejoblíbenější sport noční Prahy	2:59	
	4	Milostný trojúhelník ukončila osudová sklenička na usmířenou	4:49	
	5	Nelítostná dvojice s chladným plánem	10:17	
	6	Policie v akci	2:05	
11.3.2008	1	O záchraně života mohou rozhodovat milimetry	1:50	
	2	Jak zachránit malé dítě při zástavě srdíčka	1:45	
	3	Někteří řidiči ani nepotřebují řidičák	6:30	
	4	Pátrání po nebezpečném sexuálním delikventovi	11:36	
	5	Policie v akci	2:01	
18.3.2008	1	Neskutečné výjezdy záchranné služby	4:29	
	2	Pokus o vraždu	5:49	
	3	Jak zastavit krvácení	1:04	
	4	Pátrání po únoscích	13:14	
	5	Rvačka policistů	2:00	
25.3.2008	1	Výjezd hlídky k případu domácího násilí	5:56	
	2	Chlapec, který to nevzdal	4:39	
	3	Co dělat při šoku	1:11	

	4	Pátrání po brutálním sadistovi	12:04	
	5	Policejní nátlak v Americe	2:15	
2.4.2008	1	Nehoda na D1	3:23	
	2	Co dělat, najdeme-li člověka v bezvědomí	1:26	
	3	Unikající řidič	4:06	
	4	Vystrašená sousedka	6:17	
	5	Záchrana labutí	2:06	
	6	Co všechno musí řešit operátorky záchranné služby	2:12	
	7	Šťastný konec záchranné akce	1:28	
	8	Těžká noční služba policisty	5:01	
8.4.2008	1	Zachráněný okradl svého zachránce	3:53	
	2	Riskují své životy kvůli pár korunám	3:37	
	3	Nepřímá masáž srdce	1:52	
	4	Osudové setkání policejního vyjednávče s mužem na pokraji sil	4:54	
	5	Záchrana dívky uvězněné ve skalách	3:20	
	6	Zoufalý čin zoufalé matky	6:08	
	7	Honička bankovních lupičů	2:18	
15.4.2008	1	Hasič	1:30	
	2	Sjeté pneumatiky	2:04	
	3	Citlivý zásah hasičů	1:30	
	4	Divoká jízda	4:02	
	5	Akce proti nezvaným nájemníkům	2:17	
	6	První pomoc při předávkování léky	1:53	
	7	Zahodil šanci na lepší život a obětoval vlastní mámu	10:16	
	8	Policie v akci	1:55	
22.4.2008	1	Policisté v patách vykradačů aut	2:02	
	2	Hasič po autonehodě zachraňoval sám sebe	3:56	
	3	První pomoc při amputaci končetiny	1:26	
	4	Záchranná akce v uzamčeném bytě	4:48	
	5	Vyšetřování brutálního přepadení	10:01	

	6	Honička USA	3:04	
30.4.2008	1	Nehoda dvou kamionů	2:55	
	2	Zraněná dívka uprostřed lesa	4:50	
	3	Nerozhodný sebevrah	5:45	
	4	První pomoc při záchraně oběšence	1:08	
	5	Pátrání po osudu manželského páru	8:51	
	6	Policie v akci	1:48	
6.5.2008	1	Rozjetý kamion	1:38	
	2	Nejdražší piva v životě	3:12	
	3	Požár v panelovém domě	5:29	
	4	Oxid uhelnatý – první pomoc	1:20	
	5	Nezvaná návštěva	2:28	
	6	Ráno jako každé jiné	9:56	
	7	Zločinci na útěku	1:47	
13.5.2008	1	Osudová záchrana	6:01	
	2	Záchrana tonoucího	1:58	
	3	Trpělivost při vyšetřování	5:52	
	4	Napadená vosami	1:25	
	5	Vrah se zajímavou minulostí	10:19	
20.5.2008	1	Zlatý záchranářský kříž	1:27	
	2	Souhra záchranářů	2:12	
	3	Těžká autonehoda	4:23	
	4	Hysterický telefonát	1:33	
	5	Jak se zachovat při náhlém porodu	3:30	
	6	Vyšetřování zabití malého chlapce	10:35	
	7	Policie v akci	1:44	
27.5.2008	1	Soutěž záchranářů	1:30	
	2	Noc pohotovostní motorizované jednotky	4:41	
	3	Osud chlapce, kterého přejel vlak	6:21	
	4	Děsivé odhalení a spravedlivý trest	10:12	

	5	Test řízení pod vlivem alkoholu	2:39	
4.6.2008	1	Pohotový bagrista	1:48	
	2	Napadený kameraman	3:56	
	3	Diagnóza	4:28	
	4	Znásilnění	1:13	
	5	Fantom Jižního města	12:46	
	6	Honička LA	2:21	
10.6.2008	1	Pátek třináctého	1:49	
	2	Drogy za volantem	3:27	
	3	První pomoc – otrava alkoholem	1:13	
	4	Wolf	6:49	
	5	Oblečená	11:21	
	6	Policie v akci	1:37	
17.6.2008	1	Dráček Záchranáček	3:59	
	2	Honička v lázních	7:33	
	3	První pomoc - Pneumotorax	1:34	
	4	U splavu	4:32	
	5	Odstrčený	6:46	
	6	Policie v akci	1:44	

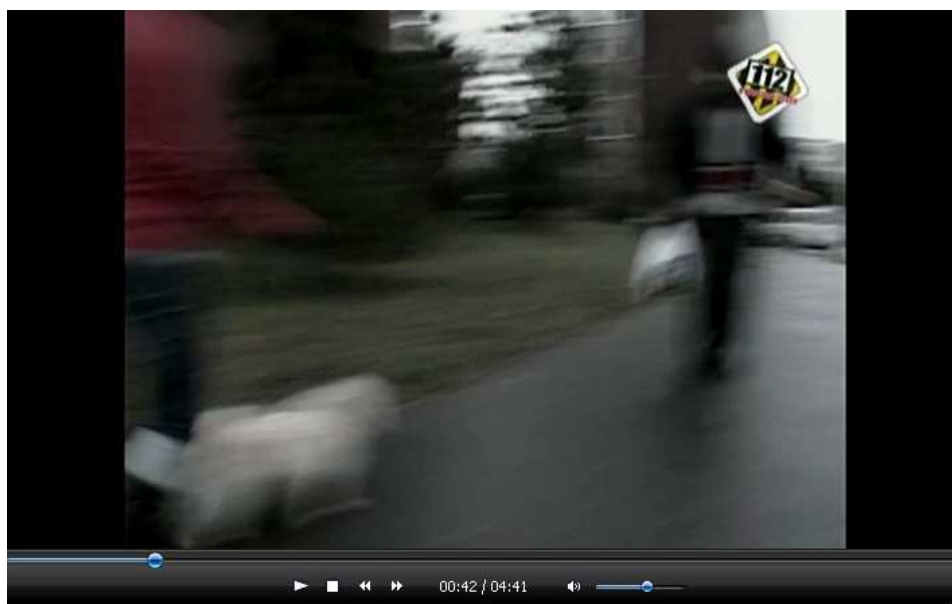
Příloha 3

Obr. 1 Ilustrační záběry



[2.4., 6.]

Obr. 2 Rozmazané záběry



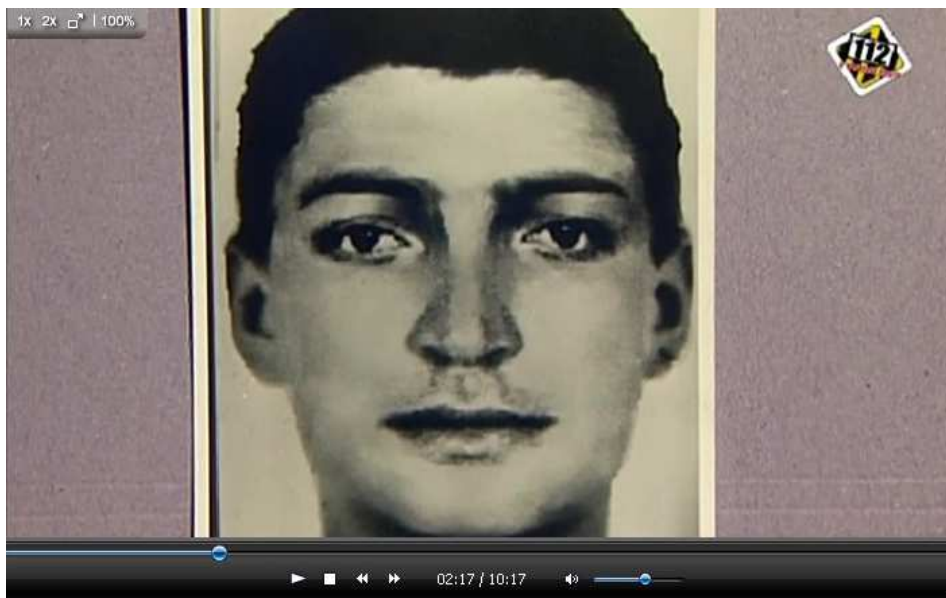
[29.1., 2.]

Obr. 3 Detailní záběr vražedné zbraně



[26.2., 4.]

Obr. 4 Mug shot



[26.2., 5.]

Obr. 5 Hrdinové nasazující vlastní životy



[23.1., 3.]

Obr. 6 Detailní záběr těla oběti



[12.2., 3.]

Obr. 7 Přátelství mezi zachráncem a zachraňovanou



[29.1., 3.]

Obr. 8 Záchrana labutí



[2.4., 5.]

Obr. 9 Rekvizita - dýmka Sherlocka Holmese



[18.3., 4.]

Obr. 10 Slanění policisty ze střechy domu



[22.4., 4.]

Obr. 11 Agresivní americký policista



[25.3., 5.]

Obr. 12 Nebezpečný výtah



[5.2., 1.]

Obr. 13 Lhostejnost lidí



[29.1., 1.]

Obr. 14 Prolínání scén



[11.3., 4.]