

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Michaela Beladová

**„Quality television“ na příkladu publicistického
pořadu České televize „Q“**

Diplomová práce

Praha 2010

Autor práce: **Bc. Michaela Beladová**

Vedoucí práce: **PhDr. Otakar Šoltys, CSc.**

Oponent práce:

Rok obhajoby: **2010**

Hodnocení:

Bibliografický záznam

BELADOVÁ, Michaela (2010). *„Quality TV“ na příkladu publicistického pořadu České televize „Q“*. Praha: Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. 194 str. Vedoucí diplomové práce PhDr. Otakar Šoltys, CSc.

Anotace

Diplomová práce *„Quality TV“ na příkladu publicistického pořadu České televize „Q“* vysvětluje pojem quality television: popisuje vývoj tohoto konceptu, jeho kritéria a využití. Další část práce je věnována pořadu „Q“ zaměřenému na queer komunitu, který vysílá ČT.

Pořad je zkoumán podle teorie sémiotické analýzy mediálního obsahu. Podrobně je rozebrána animovaná znělka pořadu, souhrnně jsou popsány i následující části, které se u každého dílu pravidelně opakují; detailně jsou zkoumány i tři vybrané reportáže/rozhovory, které mají pomoci blíže porozumět struktuře a zaměření pořadu. První z reportáží je věnována fenoménu těhotných mužů, druhým blíže zkoumaným materiálem je rozhovor s šéfredaktorem britského lifestyleového magazínu pro muže Attitude a třetí (reportáž) se věnuje transsexuálům a (operativní) změně pohlaví.

Podrobná analýza se zaměřuje na všechny tři složky pořadu – obrazovou, auditivní i textovou. Následně je na bázi jejích výsledků aplikováno 12 kritérií „kvality“, která definoval na základě výzkumu amerických seriálů z 80. let Robert J. Thompson. Shoda či neshoda „kvalit“ pořadu „Q“ s uvedenými kritérii má prokázat, zda je zkoumaný pořad tzv. „kvalitní“, což je cílem práce. Jako dodatek k témuž slouží i výzkumná sonda mezi příslušníky queer komunity, která má za úkol ověřit, zda výsledky získané kvalitativní (sémiotickou) analýzou odpovídají tomu, jak pořad chápou sami jeho diváci.

Klíčová slova

Quality television, Robert J. Thompson, sémiotická analýza, dotazníkové šetření CAWI, Česká televize, publicistika, Q, queer, GLBT, menšiny

Annotation

The diploma thesis „*Quality TV*“ explained, exemplified by Czech television program „*Q*“ explains the term quality television. Firstly, it describes its development, criteria and use. The following part of this paper describes the program “Q” itself, which is dedicated to the queer minority and is being broadcasted by Czech television.

The program has been analyzed using a semiotic analysis of television. The animated open (theme) of the program has been studied thoroughly; I also tried to find commonalities for other parts appearing frequently in episodes. A closer approach has been given to three chosen parts as the representatives of the program - two reports and one interview – which should make the structure and the coverage of the program easier to understand. The first report talks about the idea of pregnant men, the second part is an interview of the editor-in-chief of the British lifestyle magazine for men, *Attitude*, and the third (a report) covers transsexual people and the possibility of surgery in order to change their sex.

A detailed analysis focuses on all three parts of the program: the visual, auditive and textual part. Based on the results of this analysis, some 12 criteria of quality, which were defined by Robert J. Thompson (researcher of American TV shows from the 1980’s) were applied. The agreement or disagreement of the program “Q”’s qualities, with the given criteria, should prove whether the analyzed program belongs to quality television or not. This is the aim of this paper. As a supplement, a questionnaire was created and distributed among queer community. The aim is to prove whether the results obtained by qualitative (semiotic) analysis are equal or not to the perception of the program by its viewers.

Keywords

Quality television, Robert J. Thompson, semiotic analysis, computer aided web interviewing (CAWI), Czech television, journalism, Q, queer, GLBT, minorities

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracovala samostatně a že jsem použila jen uvedené prameny a literaturu.
2. Vlastní text práce bez anotací a příloh má celkem 189 116 znaků s mezerami, tj. 84 normostran.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna veřejnosti pro účely výzkumu a studia.

V Praze dne 20. května 2010

Michaela Beladová

Poděkování

Ráda bych poděkovala všem, kteří radou či pomocí přispěli ke vzniku této práce: především pak PhDr. Otovi Šoltysovi za její vedení a trpělivé konzultace, PhDr. Ireně Reifové, Ph.D. a Vítoru Reiovi-Baptistovi za pomoc při shánění podkladů ke quality television a také členům „Q“ týmu a všem queer lidem, kteří vyplnili můj dotazník či mi pomohli s lepší orientací v této problematice. Také bych – netradičně – chtěla poděkovat Marku Zuckerbergovi, bez jehož nápadu založit Facebook bych neměla šanci získat tolik odpovědí. Velký dík patří i rodině, která mě při studiích vytrvale podporovala.

Obsah

1	ÚVOD	1
2	PŘEDMĚT ZKOUMÁNÍ: „Q“	4
3	METODOLOGIE	7
3.1	Kvalitativní výzkum	7
3.1.1	Sémiotická analýza	8
3.2	Kvantitativní analýza	10
3.2.1	Dotazníkové šetření pomocí internetu	10
4	TEORIE	13
4.1	Quality television	13
4.2	Sémiotika	19
4.2.1	Historie a vývoj sémiotiky	20
4.2.2	Sémiotika, sémantika a komunikační teorie ve filmu	25
4.3	Sémiotická analýza mediálního obsahu	27
4.3.1	Kompozice	32
4.3.2	Sekvence	32
4.3.3	Celek	33
4.3.3.1	Námět	33
4.3.3.2	Materiál a techniky	33
4.3.3.3	Forma	34
4.3.4	Znakovost	35
4.3.4.1	Znakovost námětu	35
4.3.4.2	Znakovost materiálů a techniky	36
4.4	Nevýhody sémiotické analýzy	37
5	ANALÝZA POŘADU „Q“	39
5.1	Znělka pořadu	41
5.1.1	Obrazová složka	41

5.1.2	Auditivní složka	47
5.1.3	Textová složka.....	48
5.2	Analýza částí pořadu „Q“ následujících bezprostředně po znělce. Analýza částí mimo hlavní reportáže/rozhovory	51
5.3	Analýza reportáží/rozhovorů	53
5.3.1	Fenomén: Těhotný muž.....	53
5.3.2	RozQovor: Attitude	58
5.3.3	Reportáž: Tranz (a změna pohlaví)	63
5.3.4	Znaky společné pro reportáže/rozhovory	68
6	„Q“ & QUALITY TELEVISION	70
7	„Q“ OČIMA QUEER KOMUNITY	75
8	ZÁVĚR.....	81
9	ENGLISH SUMMARY	83
10	POUŽITÉ ZDROJE	85
10.1	Literatura.....	85
10.2	Elektronické články a knihy.....	88
10.3	Ostatní elektronické zdroje	89
10.4	Akademické práce.....	90
11	SEZNAM PŘÍLOH	91
12	PŘÍLOHY.....	92
	Příloha č. 1: Obrazová příloha.....	92
	Příloha č. 2: Sledovanost pořadu za roky 2007, 2009 a 2010	102
	Příloha č. 3: Dotazník.....	105
	Příloha č. 4: Souhrnné výsledky dotazníků	111
	Příloha č. 5: Jednotlivé odpovědi na dotazník.....	117
	Příloha č. 6: DVD se zkoumanými díly pořadu	desky

*„Neznám osobně nikoho z mého okolí,
kdo by byl odlišně orientován,
a ani není možné,
aby se dalo o tomto tématu otevřeně mluvit.
Proto ráda zkouknu „Q“.
Potom mám pocit, že jsem ryba ve vodě.“¹*

¹ Autorka: Respondentka dotazníku

1 ÚVOD

Koncept „quality television“ je pojmem, který není v České republice příliš známý. V češtině o quality television (tedy souboru kritérií, podle nichž je zkoumaný pořad tzv. kvalitní) nenajdeme žádnou zmínku, dostupný je pouze článek *It Has Happened Before, It Will Happen Again': The Third Golden Age of Television Fiction* od Ireny Reifové v časopise *Czech Sociological review*, psaný jakožto výstup z mezinárodní konference, která se konala na podzim roku 2008 v Istanbulu právě na téma Quality television. Dostupné prameny tedy v českém jazyce neexistují, a to i přes to, že tomuto konceptu bylo věnováno v různých světových jazycích nemálo knih či odborných článků od roku 1996, kdy termín definoval Robert J. Thompson. Ten však v rámci svého výzkumu zúžil tento pojem pouze na americkou seriálovou produkci vysílanou na soukromých televizních stanicích.²

Překlad termínu quality jako kvalitní není zcela na místě, protože v češtině má primárně význam kvality jakožto jakosti, zatímco v angličtině se pod quality schovává hned několik kritérií kvality, nemusí se jednat pouze o kvalitu jakostní. I proto jsem se po konzultaci s Irenou Reifovou a konzultatem práce Otakarem Šoltysem rozhodla zachovat termín v angličtině, tedy quality TV, a pojem quality jakožto přídavné jméno uvádím v češtině s uvozovkami jako „kvalitní“.

Termín quality TV, resp. samo přídavné jméno quality není však stoprocentně jednoznačné ani v angličtině (a stejně tak ani v portugalské³ a zřejmě ani v dalších jazycích): Geoff Mulgan nabízí minimálně sedm významů tohoto slova užívaného v souvislosti s médií. Na druhou stranu dodává, že tato hojnost významů a víceznačnost může být naopak plusovou hodnotou a ne problémem.⁴

S pojmem quality television jsem se poprvé seznámila při ročním studijním pobytu v rámci programu Erasmus na portugalské vysoké škole Universidade do Algarve. Díky předmětu Teorias da Comunicação (Teorie komunikace) pod vedením Vítor Reiy-Baptisty jsem se setkala s knihou *Discursos e Práticas de Qualidade na Televisão* (Diskurz a praxe „kvalitní“ televize), jejímž je spoluautorem. První část knihy se věnuje teorii quality TV

² Robert J. Thompson, *Television's Second Golden Age*, str. 16.

³ Některé z pramenů byly napsány v portugalské, pocházely z Portugalska a Brazílie.

⁴ Geoff Mulgan (1990: 4-32) enumera pelo menos sete diferentes acepções da palavra „qualidade“ em circulação nos meios que discutem a televisão. ... „Devo ressaltar – adverte Mulgan (1990: 7) – que a riqueza e a ambigüidade dessa palavra pode ser vista como uma virtude e não como um problema.“) In: Arlindo Machado, *Teoria e História*, str. 30 – 31. In: Gabriela Borges; Vítor Reia Baptista, *Discursos e Práticas de Qualidade na Televisão*.

a druhá rozebírá jednotlivé pořady z různých zemí světa a ukazuje, co je quality television v praxi a jak se dá aplikovat. Tento koncept, resp. hlavně jeho aplikace, spolu s teoretickými hodinami sémiotiky v ČR a praktickými hodinami sémiotiky v Portugalsku mě zaujaly natolik, že jsem si je zvolila i za téma své diplomové práce.

Obdobnou studii chci ve své práci vytvořit i já: v teoretické části nejdříve vysvětlím koncept quality television včetně jeho historického vývoje a nástinu jeho směřování v budoucnosti, a následně jej aplikuji na zkoumaný pořad, publicistický magazín „Q“ České televize, který v úvodní části podrobně popíši a pro ilustraci opatřím i získanými daty o sledovanosti pořadu⁵. Aplikaci Thompsonových kritérií však bude předcházet právě sémiotická analýza tohoto pořadu, jejíž teorie bude také součástí práce. Většina pramenů týkajících se analýzy mediálních pořadů se věnuje převážně obsahové analýze nebo sémiotické analýze filmu. Zpočátku tedy budu vycházet z teorie věnované filmu, kterou aplikuji na televizní pořad, a dále využiji poznatky Arthura Asy Bergera a jeho sémiotické analýzy médií.

Sémiotickou analýzu jsem zvolila, protože jako kvalitativní analýza může lépe pořad rozebrat, upozornit na jeho jednotlivé části, podrobněji ho popsat, všimnout si detailů. Součástí práce je i obrazová příloha, která ilustruje hlouběji zkoumanou znělku a vybrané následující části pořadu⁶. Po analyzování a následném propojení s kritérii quality television bych měla dojít k závěru, zda je pořad tzv. „kvalitní“ či nikoli. Protože se Thompsonova definice vztahuje pouze na americké seriály, přizpůsobím jednotlivá kritéria formátu zkoumaného pořadu či některá případně s odůvodněním vypustím.

Vzhledem k tomu, že je pořad věnován především lidem charakterizovaným jako queer⁷, rozhodla jsem se jako doplněk práce vypracovat anonymní dotazník určený právě této skupině a získat tak názor jednotlivých příslušníků této menšiny na tento pořad jakožto (ne)diváků. Ve finále bych tedy chtěla získat srovnání teoretické (vyplývající z analýzy, pozorování) a praktické (získané dotazníkem⁸, od respondentů). V samotném závěru bych měla dospět k tomu, zda se tyto dva přístupy shodují.

Pořad Q jsem si vybrala proto, že je svým způsobem nekonvenční, úzce zaměřený a tematicky se věnuje problémům, které jsou vlastní mým blízkým přátelům. Je to formát, který umožňuje uplatnění atributu quality právě proto, že se dotýká menšinové subkultury,

⁵ Viz příloha č. 2.

⁶ Viz příloha č. 1.

⁷ Od toho tedy název pořadu „Q“, někdy se uvádí pojem 4procentní menšina.

⁸ Dotazník a jeho jednotlivé odpovědi i souhrnné výsledky jsou součástí práce. Viz příloha č. 3 a 4.

kteřá je dotovaná řadou tvůrčích osobností, většinou reprezentujících špičky uměleckých oborů a oblastí. Jestliže tato subkultura má tyto parametry, tak k nim přistupuje ještě i specifické publikum, nečetné a také velmi kvalitní. Třetí, nejzávažnější, je zřejmě nepřítomnost tradice, se kterou by se měl pořad vyrovnávat. Tento formát může být tedy budován jako exkluzivní, reprezentativní a bez reálných nároků na masovou sledovanost. To mu zásadním způsobem usnadňuje získání atributu „kvalitní“.

2 PŘEDMĚT ZKOUMÁNÍ: „Q“

Pořad České televize „Q“ je na české scéně unikátním týdeníkem věnujícím se menšinám: všem lidem považujícím se za queer (tedy jakkoli odlišným lidem), převážně však přináší informace homosexuálně orientovaným. Název Q je zkratkou právě slova queer, což je jak slangové označení pro homosexuály, tak obecně jde o zastřešující pojem pro všechny netradiční formy sexuality, tedy kromě gayů i pro bisexuály, transsexuály, transvestity či jiné transgenderové menšiny. Zahrnuje jak kulturní tak zejména sociálně diverzifikovanou skupinu obyvatel, jejichž sexualita jakýmkoliv způsobem nezapadá do společenských standardů reprezentovaných monogamním heterosexuálním manželstvím.⁹

Queer bylo původně synonymem pro věci a činnosti nezvyklé, výstřední a podivné. Označení queer – ať už ve tvaru substantiva či adjektiva – se jako hanlivého přídomek pro homosexuály a lesby začalo používat až ve dvacátém století v USA. Pejorativním používáním je vyzdvihována zejména údajná „nepřirozenost“ homosexuality. Od začátku osmdesátých let se však queer pokouší očistit od negativních konotací a označení. Přesto část gayů a leseb tuto mnohoznačnou kategorii queer odmítá a považuje ji za diskriminační a nereflektující specifika užších kategorií homosexuality.

Označení „queer theory“ bylo používáno na začátku devadesátých let v souvislosti s rodícím se teoretickým modelem, jenž popisuje a analyzuje nesoudržnosti v pevném vztahu mezi sexem, pohlavím a sexuální touhou – v termínech stabilizujících a ukotvujících heterosexuálnítu. Představuje analytický rámec obsahující témata jako je převlékání se do šatů opačného pohlaví (cross-dressing), pohlavní obojetnost, pohlavní dvojznačnost či chirurgické korekce pohlaví.¹⁰

Magazín „Q“ se zasazuje o to, aby identifikoval a následně vysvětlil základní pojmy a problémy z oblasti genderu, sexuality a vztahů. Volně propojuje kulturní, společenská a politická témata, nahlížená pohledem queer komunity. Pokládá mnohdy překvapivé otázky a hledá na ně odpovědi.¹¹ Dá se říci, že je jakýmsi průvodcem současným queer světem, překonává společenské stereotypy, popisuje „neobvyklé“ lásky a život mezi tzv. normalitou

⁹ *Queer, queer theory, queer cinema* [online]. 2001 - 2005 [cit. 2010-03-26]. Revue pro média. Dostupné z WWW: <<http://fss.muni.cz/rpm/Revue/Heslar/queer.htm>>.

¹⁰ Ibid.

¹¹ *Co je Q - Česká televize* [online]. 1996-2010, 2010 [cit. 2010-01-17]. Dostupný z WWW: <<http://www.ceskatelevize.cz/program/10121061347-q.html?deid=1885>>.

a výstředností. Tento náhled do queer komunity se snaží nabídnout také tzv. majoritě, reflektuje i témata, která se netýkají pouze queer minority (AIDS, adopce, registrované partnerství, diskriminace). Pořadem již prošla většinu významnějších gayů, leseb a queer či gender aktivistů v České republice, kteří se ke své sexualitě otevřeně hlásí.

„Q“ se snaží nabídnout prostor k polemice o konfrontačních či kontroverzních tématech (např.: queer a náboženství, sexuální odchylky, tabu v moderní společnosti). Vzhledem k tomu, že jsou realizačním týmu v převaze gayové a lesby¹², nedochází ke komunikačnímu bloku či problémům s pochopením vyjádření, protože tvůrci mají s příjemci společnou kulturu (tedy i společný jazyk, větší až naprostou toleranci k ostatním příslušníkům menšiny etc.). Autoři také pravidelně spolupracují se zhruba třicítkou příslušníků gay-lesbian-transgender (dále jen GLBT) komunity či s festivaly a internetovými projekty (pořad „Q“ je partnerem festivalu Mezipatra, spolupracuje s Jedním světem, eLnadruhou, Queer Eye či gay klubem Friends). Pořad se snaží mapovat všechny GLBT akce v České republice, upozorňuje i na festivaly konané v zahraničí, přináší reportáže z Česka i z ciziny a vyhledává a zprostředkovává informace o dění v kultuře se speciálním zaměřením na queer tematiku. Diskuze s odborníky i laiky natáčí a organizuje realizační tým sám.

To, že jde opravdu o queer orientovaný pořad, který se nesnaží splynout s proudem, ale naopak vyzdvihuje občas téměř až hrdost menšiny na svoji sexuální orientaci, dokládají i náměty reportáží a rozhovorů. V prvním zkoumaném dílu (8. 1. 2007, téma Seznámení) je nám představena divadelní hra Homo 06 ze života buzen, další díly nabízí pohled do „buzního“ cestování a agentur specializujících se na tuto klientelu (4. 7. 2007, téma Bedekr), dále hovoří např. o diskriminaci gayů na Slovensku a připravovaném zákoně o registrovaném partnerství (16. 4. 2007, téma Invázia) či o pátrání po životě české prvorepublikové gay komunity (5. 1. 2009, téma rebeLOVE).

Týdeník vysílá Česká televize na svém druhém kanálu po 23. hodině večer (nemá stálý vysílací čas). V současné době je pořad vysílán každé úterý. „Q“ je na obrazovkách od začátku roku 2007, v letních měsících bývají reprízovány nejlepší díly. Celkem bylo odvysíláno více než 200 dílů.¹³ Vysílací den i čas se několikrát změnil: z původního čtvrtka se pořad přesunul na středu, poté na pondělí a od začátku roku 2010 se pořad vysílá v úterý. Původně se pořad vysílal před 23. hodinou, jeho vysílací čas se postupně posouvá

¹² *Historie magazínu Q - Česká televize* [online]. 1996-2010 , 2010 [cit. 2010-01-17]. Dostupný z WWW: <<http://www.ceskatelevize.cz/program/10267465054-19.01.2010-22:45-2-q.html?deid=3995>>.

¹³ *Ibid.*

k průměrným 23:15 (vysílací čas je nepravidelný v rozmezí 22:31 – 23:39, kdy začíná), končí v současnosti i po půlnoci, což mu snižuje sledovanost¹⁴. Stopáž pořadu je standardně 26 minut.

Sledovanost pořadu v roce 2007 byla průměrně 177 tisíc diváků/pořad, tj. rating 2,1 procenta, share 11,89 %, postupně ale klesá – v roce 2009 to již bylo průměrně 54 tisíc diváků/pořad, tj. rating 0,6 procenta a share 4,55 %. Současná data za první čtvrtletí roku 2010 ukazují již jen mírné snížení sledovanosti, a to na 51 tisíc diváků/pořad, tedy rating 0,6 procenta a share 3,08 %.¹⁵ Tato čísla mohou být ovlivněna několika faktory: za prvé rychlostí internetu a jeho dostupností. Podle Českého statistického úřadu se počet domácností s připojením k internetu zvyšoval rychlým tempem: zatímco v roce 2007 bylo k internetu připojeno 29,9 procent domácností, v roce 2008 již 39,5 procent domácností, v roce 2009 více než 54 procent domácností¹⁶ a v první třetině roku 2010 to bylo již 93 procent domácností.¹⁷ Vzhledem k tomu, že je pořad vysílán pozdě večer a že jednotlivé díly jsou volně k dispozici v internetovém archivu ČT, sledovanost živého vysílání se tedy pravděpodobně přesouvá na internet. Dalším možným důvodem poklesu sledovanosti může být i fakt, že pořad existuje na české scéně již déle, než tři roky, a proto ho někteří (i bývalí) diváci mohou považovat za informačně nenaplňující.

¹⁴ **Rating** (sledovanost) je podíl osob z cílové skupiny, které živě sledovaly průměrnou sekundu daného časového úseku televizního vysílání na daném kanálu. Udává se v procentech.

Rating v tisících (projekce, tisíce) je odhad průměrného počtu osob z cílové skupiny (CS) v populaci, které živě sledovaly průměrnou sekundu daného časového úseku televizního vysílání na daném kanálu.

Share je podíl živé sledovanosti daného kanálu na celkové sledovanosti v daném časovém úseku. Udává se v procentech. Počítá se jako podíl ratingu příslušného kanálu a total ratingu v daném časovém intervalu vynásobený 100. In: *Revue pro média : Časopis pro kritickou reflexi médií* [online]. 2001 - 2005 [cit. 2010-05-12]. Nástroje měření sledovanosti médií. Dostupné z WWW:

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

¹⁵ Zdroj: ATO – Mediasearch. Podrobná data jsou k nahlédnutí v příloze.

¹⁶ ČSÚ - Český statistický úřad: *Česká republika od roku 1989 v číslech* [online]. 2010, 15. 3. 2010 [cit. 2010-05-18]. Počítač a internet v českých domácnostech. Dostupné z WWW:

<http://www.czso.cz/cz/cr_1989_ts/0803.pdf>.

¹⁷ Martina Beladová, *Internet a jeho využití v domácnostech*, str. 10.

3 METODOLOGIE

Každá věda má svůj předmět, teorii a metodu práce. Předmětem zkoumání sociologie, z jejichž poznatků budeme vycházet, je sociální realita, tedy sociální jevy a procesy současné konkrétní společnosti.

Metodologie je v podstatě teorií, souhrnem metod, které jsou zaměřeny k poznání skutečnosti a jejích změn. Metodologie se zabývá systematizací, posuzováním a navrhováním strategií a metod výzkumu. Při výzkumu a řešení výzkumných otázek používáme dvě hlavní obecné metody dané dvojicemi analýza – syntéza.¹⁸

Analýza spočívá v rozdělení celku na jeho části a zkoumání, jak tyto části fungují jako relativně samostatné prvky, zda vůbec dokáží fungovat samostatně, a jaké jsou mezi nimi vztahy. Každá analýza má několik stupňů bádání, kdy při každém dalším objevujeme nové skutečnosti. V syntéze se naopak skládají jednotlivé části do celku.

Abychom dosáhli kvalitního výsledku, je nutné si výzkum předem připravit. Výzkumné otázky se mohou doplňovat a měnit, ale základní cíl výzkumu musí být dán předem. Dalšími kroky jsou volba metodologie, výzkumný plán, analýza a sběr dat, konkluze závěrů. Pro náš hlavní výzkum jsme zvolili metodu kvalitativní (sémiotickou analýzu), pro doplňkovou výzkumnou sondu metodu kvantitativní (dotazníkové šetření pomocí internetu).

3.1 Kvalitativní výzkum

Kvalitativní výzkum je jakýkoli výzkum, jehož výsledků se nedosahuje pomocí statistických procedur nebo jiných způsobů kvantifikace. Výzkumník vyhledává a analyzuje jakékoli informace, které přispívají k osvětlení výzkumných otázek, provádí deduktivní a induktivní závěry.¹⁹ I přes to, že termín kvalitativní výzkum je terminologický pojem, odborná literatura uvádí, že ve skutečnosti je termín kvalitativní zavádějící – pro každého badatele totiž může znamenat něco jiného. Někteří shromažďují údaje prostřednictvím rozhovorů a pozorování, jiní analyzují dokumenty, knihy, videozáznamy či dokonce údaje, jež byly kvantifikovány pro jiné účely (např. údaje ze sčítání lidu).²⁰

¹⁸ Jan Hendl, *Kvalitativní výzkum*, str. 32 – 33.

¹⁹ Jan Hendl, *Kvalitativní výzkum*, str. 48.

²⁰ Anselm Strauss – Juliet Corbin, *Základy kvalitativního výzkumu*, str. 10.

3.1.1 Sémiotická analýza

Sémiotická analýza jako jedna z forem kvalitativní analýzy vychází z vědního oboru sémiotiky (podrobněji se sémiotice a jejímu vývoji věnujeme v teoretické části) a používá její poznatky. Sémiotická analýza je primárně zaměřena na rozbor textu – přinejmenším v počátcích se věnovala zkoumání toho, jak významové systémy konstruují význam díky vztahům ve struktuře textu. Postupem času se sémiotická analýza začala věnovat i projevům jiných znakových systémů, např. literatury, filmu, fotografie či televize – tím se stala významnou inspirací také pro studium mediální komunikace. Od poloviny 60. let 20. století se posunula od analýzy vnitřní struktury textu ke studiu způsobů, kterými se text čtenáři otvírá a dává mu možnost se podílet na genezi významů.²¹ V poslední třetině 20. století se sémiotická analýza stala významným nástrojem pro analýzu populární kultury, přičemž tradiční sémiotický přístup byl výrazně obohacen o dimenzi společenského kontextu, tedy o rovinu mýtů a ideologie, a o studium mediálního diskursu jako komunikačního a kulturního prostředí, v němž tytéž produkty mohou nabývat velmi odlišných významů.²² Silnou stránkou sémiotické analýzy je její schopnost odkrývat hloubkový význam (nejen psaných) textů. Metoda sémiotické analýzy tedy umožňuje popsat proces tvorby významů, což implikuje přehlednou cestu k interpretaci.

Právě znaky a vztahy mezi nimi jsou klíčovými pojmy sémiotické analýzy. Každý text se skládá ze systémů různých znaků. Celkové vyznění pořadu či jeho význam vychází jak z jednotlivých znaků, tak ze systémů, které znaky váží k sobě. Tento systém není většinou rozpoznatelný na první pohled a je nutné ho odvodit přímo z daného textu. V sémiotické analýze dochází k arbitrárnímu a dočasnému oddělení obsahu a jeho formy. Pozornost je v tuto chvíli věnována systému a jednotlivým znakům, které tvoří text.²³ Jak ve své práci uvádí švýcarský lingvista Ferdinand de Saussure, ne obsah ale vztahy mezi znaky vytváří význam.²⁴ Označované od označujícího²⁵ nelze oddělit – i v sémiotické analýze se setkáváme s prvky, které označují a jsou označovanými.

²¹ Irena Reifová a kol. Slovník mediální komunikace, str. 224.

²² Jan Jiráček; Barbara Köpplová, Média a společnost, str. 137.

²³ Arthur Asa Berger, *Media Analysis Techniques*, str. 6.

²⁴ *Ibid.*, str. 7.

²⁵ Saussure rozlišuje dvě základní a neoddělitelné složky, *signifiant* (označující) a *signifié* (označované), které se jako celek vztahují k určitému pojmu. Více viz teoretická část – Historie sémiotiky.

V případě pořadu „Q“, jehož analýzou se budeme zabývat, je označovaným samotné vyznění pořadu, tedy jeho zaměření na queer menšinu, a označujícím jednotlivé prvky určující toto vyznění, tedy užití jazyka typického pro tuto menšinu, přímá prezentace příslušníků menšiny, témata vztahující se k problémům menšiny. Právě užitím těchto označujících jde autorům o dosažení výsledného efektu – queer vyznění pořadu. Znaky ale nabývají několika různých forem: nejčastější jsou slova, která zastupují věci, nápady, koncepty atd. Důležitou roli ale hrají například i v reklamě. Znaky jakožto ikony či symboly²⁶ jsou užívány častěji, protože jsou jednodušší k zapamatování. Důležitou součástí jsou také užití barvy, které dokreslují skutečnost.²⁷ V dnešním materialistickém světě si na televizní obrazovce všimáme i jiných věcí: například oblečení aktérů, jejich účesu, případně tetování. Registrujeme jejich nonverbální komunikaci či jazyk, jakým mluví. I toto jsou znaky, ze kterých můžeme vyvodit jisté skutečnosti, například do které společenské třídy člověk zapadá či k jakému stylu se hlásí. Ne vždy však znaky, které vypozerujeme, musí nutně znamenat dogmaticky určitou skutečnost. Jak uvádí Arthur Asa Berger, paruka nemusí automaticky znamenat pleš či vysoké podpatky snahu vypadat vyšší, ale také samozřejmě může.²⁸ Znaky, které mohou být užity, aby příjemci rozkódovávali dané informace lživě, se zabýval jeden z nejvýznamnějších sémiotiků současnosti Umberto Eco.

Úkolem sémiotické analýzy je nalezení relací mezi znaky a odhalení významů, které znaky manifestně či skrytě produkují, když se setkají s konceptuálním světem konkrétního „čtenáře“. Sémiotická analýza tedy zkoumá, jak je význam utvářen a jak je následně „dopraven“ k příjemci prostřednictvím textu, převážně jako součást narace. Ohniskem zájmu sémiotiky jsou znaky, které se nachází v textu. Protože nic nemá význam bez druhého, je extrémně důležitý také vztah mezi těmito znaky. Příkladem může být jazyk, bez nějž by jako systému nedávala mluva smysl; mluva je založena na jazyku. Právě díky kódům a konvencím jsme schopni znakům porozumět. Důležitou roli hraje i konotace a denotace. V rámci analýzy budeme popisovat jednotlivé složky ve své původní podobě, tedy konotace, k nim pak budeme přikládat další (denotativní) významy. Více se těmito pojmy budeme věnovat i při popisu jednotlivých složek analýzy.

Metodu sémiotické analýzy jsme zvolili mj. z toho důvodu, že dává možnost rozpoznat a interpretovat znaky a znakové systémy, které působí v naší kultuře a v mediální

²⁶ Co je ikon a symbol – viz teoretická část

²⁷ Arthur Asa Berger, *Media Analyses Techniques*, str. 11.

²⁸ *Ibid.*, str. 11.

komunikaci. Sémiotika vytváří předpoklad k prohloubenému chápání mediální komunikace v celé její vrstvenosti a propojenosti. Analytickým využitím zvoleného metodologického přístupu je tedy možné učinit snažit se dekonstruovat konotace a mýty podílející se na tvorbě významu.

3.2 Kvantitativní analýza

Kvantitativní obsahová analýza je výzkumnou metodou, která slouží ke zkoumání mediálních obsahů prostřednictvím jejich kvantifikace. Tvoří protiváhu analýzy kvalitativní. Charakteristickým rysem této metody je vysoká míra strukturovanosti a s tím je spojen i vysoký stupeň ověřitelnosti. Výsledky se dají precizně a přehledně znázornit v číselných hodnotách, tabulkách a grafech.

Výsledkem a cílem kvantitativní obsahové analýzy je kvantitativní popis mediovaných obsahů. K tomu musí kvantitativní obsahová analýza splňovat dva požadavky. Popis mediálních obsahů má být systematický a intersubjektivně ověřitelný. Systematický znamená, že se všechny mediální obsahy zpracují stejným způsobem. Intersubjektivně ověřitelný znamená, že všichni ostatní budou schopni při aplikaci našich výzkumných metod reprodukovat naše výsledky. Kvantitativní analýza jako výzkumný proces má několik etap. Volbu vzorku obsahu, vytvoření kategorií vnějších referentů, volbu jednotky analýzy obsahu, spočítání frekvence zvolených jednotek obsahu až po kvantifikaci výsledků.²⁹ Kvantitativní výzkum využívá převážně sběr dat pomocí testů, dotazníků či pozorování.

3.2.1 Dotazníkové šetření pomocí internetu

Shromáždit a vyhodnotit potřebná data a zpracovat je do podoby, kterou pro ten či onen úkol potřebujeme, nám umožňuje sociologický empirický výzkum. Metodologie každého empirického výzkumu musí být založena na následujících předpokladech:

- předpoklad objektivnosti - znamená objektivní přístup výzkumníka nezaujatého nenechávajícího se ovlivnit subjektivními postoji vlastními či někoho jiného
- předpoklad složitosti- respektuje skutečnost, že sociální jevy a procesy jsou v podstatě velmi složité, takže je nelze zjednodušovat

²⁹ *Revue pro média: Čtvrtletník pro kritickou reflexi médií* [online]. 12. prosince 2007 [cit. 2010-05-01]. Slovník: Kvantitativní obsahová analýza. Dostupné z WWW: <<http://fss.muni.cz/rpm-blog/index.php?/archives/115-Slovník-Kvantitativni-obsahova-analyza.html>>.

- předpoklad vzájemné podmíněnosti- uvědomující multifaktorovou determinovanost celou řadou vnitřních, vnějších vlivů ať již přímých či zprostředkovaných
- předpoklad vnitřní rozpornosti- odhalující vnitřní stránku jevů a vztahy mezi nimi, které ovlivňují jejich další vývoj (např. rodina)
- dynamičnost jevů- respektující proměnlivost a změny ve vývoji jevů
- relativní autonomnost jevů- vycházející ze skutečnosti, že zkoumané jevy jsou součástí komplexu jevu, jehož podstatu musíme charakterizovat.³⁰

Dotazníkové šetření je jednou z metod empirického sociologického výzkumu (nejpoužívanější metodou užívanou při studiu médií je však obsahová analýza). Dotazník je jedním z nástrojů pro sběr dat pro různé typy průzkumů. Skládá se ze série otázek, jejichž cílem je získat názory a fakta od respondentů. Otázky v dotazníku dělíme na tři základní typy: *otevřené* - umožňují volnou tvorbu odpovědi respondentem, *uzavřené* - výběr z několika variant odpovědí, *polouzavřené* (nebo také polootevřené), kdy se jedná o kombinace obou předchozích typů. Polouzavřené otázky kombinují výhody (ale také nevýhody) otevřených a uzavřených otázek. Polouzavřená otázka vznikne přidáním varianty "jiné" do uzavřené otázky, která je vlastně otevřenou otázkou a umožňuje respondentovi volně vyjádřit svůj názor.³¹

Dotazník je velmi rozšířeným nástrojem, protože umožňuje rychlé zpracování dat. Jeho nevýhodou je však to, že neposkytuje respondentovi široký prostor pro vyjádření a je použitelný pouze v prostředí, které je výzkumníkům relativně dobře známé. Vytvoření kvalitního dotazníku vyžaduje pečlivou a přesnou práci. Pokud má dotazník fungovat, je vhodné začít zajímavými otázkami, na které se snadno odpovídá, dále položit méně zajímavé otázky, poté citlivé osobní otázky (včetně identifikačních údajů). Dotazník by měl být na první pohled snadno vyplnitelný a přehledný.³²

Jedním z typů dotazníku je Computer Aided Web Interviewing, známý jako CAWI, tedy sběr dat pomocí internetu. Využití internetu při sběru dat je moderní, efektivní a pro respondenty atraktivní cestou vyplňování dotazníků. Respondenti mohou odpovídat doma, nebo v práci, i s několika přestávkami. CAWI dotazník se v prohlížeči zobrazuje jako webová stránka, na kterou se respondent může dostat různými způsoby, v závislosti na způsobu výběru. Dotazník je naprogramován tak, aby respondent mohl své odpovědi vyplňovat přímo do něj, a program respondenta zároveň přirozeně vedl celým dotazníkem. Odpovědi

³⁰ Jaroslav Čihovský, *Sociologický výzkum*, str. 5.

³¹ Hynek Jeřábek, *Úvod do sociologie výzkumu*, str. 76 – 77

³² Romana Jandourková, *Sociologické metody*, str. 210 – 212 In: Jan Jandourek, *Úvod do sociologie*.

respondenta jsou automaticky odesílány na server, takže sběr dat i výsledky šetření mohou být kontrolovány průběžně.³³ Hlavními výhodami sběru dat pomocí internetu je spolehlivé a kompletní vkládání dat, automatická integrace odpovědí či značek z předchozích otázek, možnost zahrnout do dotazníku multimediální materiály, stahovat data po celou dobu sběru, rychlá korekce chyb, kontrola vzorku a kvót, respondent má možnost samostatně vyplnit dotazník – tím je garantována anonymita, data jsou okamžitě k dispozici a nepochybnou výhodou je i nízká až nulová finanční náročnost.³⁴ Výběr respondentů je založen na konkrétních potřebách výzkumu, může být založen na celé populaci či na vybraných segmentech. Nevýhodou on-line sběru je obecně nižší návratnost, kterou lze zvýšit vhodně zvolenou motivací respondentů.³⁵

Vzhledem k tomu, že není prakticky možné, abychom uskutečnili odborný výzkum splňující všechna jeho kritéria a především jeho validitu, rozhodli jsme se využít metodiku výzkumné sondy, která funguje na principech výzkumu, avšak kritéria není povinná splňovat do důsledku.

³³ SC & C [online]. 1992 - 2009 [cit. 2010-05-03]. *CAWI - Computer Aided Web Interviewing*. Dostupné z WWW: <<http://www.scac.cz/metody/cawi>>.

³⁴ *GfK Czech* [online]. 2010 [cit. 2010-05-03]. *CAWI - Online dotazování pomocí internetu*. Dostupné z WWW: <http://www.gfk.cz/about_us/methods/cawi/index.cz.html>.

³⁵ SC & C [online]. 1992 - 2009 [cit. 2010-05-03]. *CAWI - Computer Aided Web Interviewing*. Dostupné z WWW: <<http://www.scac.cz/metody/cawi>>.

4 TEORIE

4.1 Quality television

Koncept „quality“ se vyvíjel minimálně od 19. století, kdy se v rámci diskursu o kultuře hovořilo zároveň o kvalitě, tedy v této době kvalita byla rovna kultuře a naopak; co bylo kulturní, bylo kvalitní. Matthew Arnold v roce 1875 definoval kulturu v úvodu knihy *Kultura a Anarchie*: „Cílem eseje je doporučit kulturu jako prostředek, který má pomoci vyřešit naše současné problémy; kultura je symbolem věčného hledání naší absolutní dokonalosti prostřednictvím poznávání všech záležitostí, které se nás nejvíce týkají, prostřednictvím toho nejlepšího, co bylo ve světě již vyřčeno i myšleno, a prostřednictvím znalostí, které se odvrací od zaběhlých představ a návyků, které následujeme oddaně a mechanicky, k proudu nových a svobodných myšlenek...“ (Arnold, 2004: 2)³⁶. Arnoldův důraz na „*absolutní dokonalost*“ a „*to nejlepší, co bylo ve světě vyřčeno a myšleno*“ jsou příklady „řetězce shody“ 19. století, kde estetika, výjimečnost, vzdělání a kultura byly spojovány jako nerozdělitelný celek. Tento řetězec také ovlivňuje pozici tvůrce kultury: publikum se stává strůjcem výjimečnosti, kultury a vzdělání skrz jeho přístup a porozumění relevantním kulturním kódům.³⁷

O více než sto let později obhajuje John Fiske ve své analýze *Understanding popular culture* (1989) tzv. populární kulturu a kritizuje kulturu „vysokou“. „Složitost či komplexita ‚vysokého‘ umění je užívána k potvrzení jeho nadřazenosti vůči ‚nízkému‘ či snadno pochopitelnému umění, a potom k potvrzení a naturalizaci nadřazenosti a (kvality) těch (převážně vzdělané buržoazie), jejichž je zálibou.“³⁸

Termín „quality television“ se objevuje postupně od 70. let, kdy se kritikové podrobněji zabývali televizními pořady. Šířeji a pravidelně se začal ale používat až po roce 1981 s odvysíláním seriálu z prostředí policie *Hill Street Blues*.³⁹ Koncept quality television později definoval Robert J. Thompson v roce 1996 v knize *Television's Second Golden Age* a charakterizoval ho pomocí řady ovlivňujících faktorů (viz dále). Quality TV se dle

³⁶ Nico Carpentier, *Developing democratic and negotiated quality*, str. 6. In: Časopis za upravljanje komuniciranja: Communication management quarterly [online]. 2009, 4. ročník, 13. číslo, [cit. 2010-05-13]. Dostupný z WWW: <<http://www.fpn.bg.ac.rs/casopisi/data/CM13.pdf>>.

³⁷ Ibid., str. 6.

³⁸ John Fiske, *Understanding popular culture*, str. 122.

³⁹ Robert J. Thompson, *Television's Second Golden Age*, str. 12.

Thompsona vztahuje pouze na americké prostředí a na dobu, kterou nazývá takzvanou druhou zlatou érou televize. Tato doba je podle něj ohraničena právě vysíláním seriálu *The Hill Street Blues* v roce 1981 a koncem vysílání seriálu *Městečko Twin Peaks* v roce 1991.⁴⁰

V roce 1984 vydal British Film Institute (BFI) knihu *MTM: Quality Television*, jež byla kritickou reflexí společnosti MTM Enterprises, která za seriálem *The Hill Street Blues* stála. Žurnalisté v tomto období začali používat termín *quality television* stejně často, jako neologismy typu *sitcom*, *infomercial* (placená reklama zpravidla přesahující stopáž 5 minut, v České republice se vyskytující jako *teleshopping*) a *docudrama* (seriál či film založený na - nejčastěji - historické události s prvky fikce, který má předem daný scénář, tedy i cíl – myšlenku, kterou chce sdělit⁴¹: ze současné tvorby tato kritéria splňuje např. seriál HBO *The Pacific* nebo oscarový snímek *The Hurt Locker*. Jedná se tedy o jakýsi dokument s prvky fikce, který nesleduje striktně dokumentární linii, je inscenovaný a prvek dokumentu je jakýmsi dalším „hercem“⁴²).⁴³

Quality television neznamena pouze kvalitu co se týče jakési nadřazenosti, dokonalosti či ideální délky, i když i ty jsou jedněmi z mnoha kritérií. Tzv. „Asociace diváků *quality TV*“ (*Viewers for Quality Television*) definovala následující kritéria: pořad musí přinášet osvětu, obohacovat diváka, týkat se ho a přinášet určité výzvy a konfrontace. Musí se nebát riskovat co se týče kontroverznosti, musí mít upřímné vyjádření, být něčím oslňující, musí umět apelovat na intelekt člověka a vyvolávat emoce. Vyžaduje soustředění a pozornost a musí nutit člověka se nad pořadem občas zamyslet.⁴⁴ Thompson však oponuje, že je těžké tato kritéria aplikovat objektivně. Přichází tedy s rozpracovaným souborem kritérii, která by měla jasnou definici usnadnit, jsou však zaměřena pouze na americkou seriálovou tvorbu uváděnou v hlavním vysílacím čase:

1. *Quality TV* je nejlépe definovatelná tím, čím není, tedy obyčejnými televizními pořady. *Quality TV* má být něčím jedinečná, přinášet na trh něco, co tu ještě nebylo, nebo transformovat a inovovat něco „starého“, zaběhlého, aplikovat novinku například co se týče naračního postupu, který například není až tak vlastní televizi, ale může být dobře známý z jiného média.

⁴⁰ Robert J. Thompson, *Television's Second Golden Age*, str. 12.

⁴¹ Toby Miller; Glen Creeber; John Tulloch, *The television genre book*, str. 31.

⁴² *Ibid.*, str. 32.

⁴³ Robert J. Thompson, *Television's Second Golden Age*, str. 12.

⁴⁴ *Ibid.*, str. 13.

2. Quality TV samozřejmě musí obsahovat jistou „kvalitní“⁴⁵/elitní historii, původ. Tímto jsou myšleni například autoři, kteří mají renomé z jiných médií (např. z filmu). Thompson říká, že režiséři art filmů mají větší šanci vytvořit produkt quality television než režiséři kasovních trháků. Tito umělci jsou totiž zvyklí pracovat více nezávisle, a proto si ji umí udržet i při práci s velkými televizními společnostmi
3. Quality TV přitahuje diváky z vyšší vrstvy obyvatel – vzdělané, bydlící ve městech, mladé, které snáz ovlivní reklama (toto zaměření na mladší – koupěschopné skupiny vychází právě od zadavatelů reklamy).
4. I přesto, že se quality TV soustřeďuje na diváky z vyšších vrstev (viz bod 3), „kvalitní“ pořady se musí často vznešeně probojovat a zvládnout nápor společností, kterým jde především o zisk. Stejně tak si musí získat pozornost diváků. Částečně se jedná mezi stálý boj komerce a umění (art).
5. Quality TV má většinou silnou hereckou základnu, v ději se proplétá hodně postav, které umožňují různý náhled na věc a stejně tak složitější je i dějová linie (nikoli však propletená jak ji popisuje paradigmatická komplexita⁴⁶, tedy kde se postupně potká každá postava s každým jako v případě soap oper, tedy nekonečných seriálů).
6. Quality TV má „paměť“, tedy i v případě, že se jedná o sérii (tedy díly na sebe přímo nenavazující, jednotlivé epizody spolu související jen málo, převážně spojené hlavní postavou), odkazují následující díly svým způsobem na ty předchozí, vrací se i k detailům nebo skutečnostem, které se udály. Seriálová postava se vyvíjí a mění.
7. Quality TV vytváří nový televizní žánr smícháním těch původních. Všechny „kvalitní“ seriály v sobě obsahují prvky komedie i dramatu zároveň.
8. Quality TV scénáře jsou většinou literárně propracované a závislé na autorovi. Jsou také složitější, než u ostatních pořadů.
9. Quality TV si je vědoma toho, že chce být něčím víc. Nepatrné odkazy na tzv. vysokou a populární kulturu provází většinu pořadů, snaží se ale držet si odstup od „braku“ a ukázat, že jsou nadřazené.

⁴⁵ Překladu termínu quality jsme se věnovali již v úvodu práce.

⁴⁶ Glen Creeber, *Serial Television: Big Drama on the Small Screen*, str. 4

10. Hledisko „kvality“ tihne ke kontroverzi. Seriál *St. Elsewhere* například jako první v hlavním vysílacím čase poukázal na problematiku AIDS, další seriály poprvé nastínili téma potratů, homosexuality, rasismu či víry. „Quality TV je liberální televizi,“ uvedla Jane Feuer ve výše zmiňované knize *MTM: Quality Television*.
11. Quality TV usiluje o reálné zobrazení skutečnosti, věcnost.
12. Pořady splňující předchozích 11 kritérií (Thompson opět zmiňuje hlavně seriály) jsou často oceňovány kritiky a sbírají různé televizní ceny.⁴⁷

Thompson ve své knize *Television's Second Golden Age* říká: „Zaměřím se výhradně na seriály uváděné v hlavním vysílacím čase na soukromých televizních stanicích. Tím nechci říci, že by se skvělé programy během 80. let neobjevovaly i na jiných místech či v jiných formátech. Existuje mnoho filmů vytvořených speciálně pro televizi, minisérie, nefiktivní obsahy, stejně tak pořady, které byly vysílány na kabelové či veřejnoprávní televizi, které by si také zasloužily kritický přístup. Mým cílem nebylo zmapovat všechno, co je v televizi dobré a co kdy bylo natočeno, ale prozkoumat pouze jednu z jejích částí.“⁴⁸ Tím tedy vysvětluje, že koncept quality television se netýká pouze seriálů, ale celé televizní tvorby: on se však na část seriálovou zaměřil a popsal celý koncept na tomto příkladu. „Quality TV je televizní verzi art filmu“, zjednodušeně shrnul všechna kritéria „kvalitních“ seriálů Thompson.⁴⁹

V téže knize se Thompson nesoustředí pouze na koncept quality television: vysvětluje také název své knihy a termín, který zavedl. S odstupem hodnotí, že první zlatá éra, tedy 40. - 50. léta 20. století byla v porovnání s léty 80. „ne příliš dobrá“, a to i proto, že televize jako médium prodělala během více než dvaceti let obrovský vývoj. Podobný názor má i David Bianculli, který na toto téma také napsal knihu, ve které se přiklání, aby televize na počátku 90. let byla nazývána platinovou, když 50. léta byla zlatá.⁵⁰

V polovině 90. letech bylo vychvalování televize téměř stejně módní, jako její zatracování. Srovnávání s 50. lety však není příliš vhodné: většina Američanů si televizi

⁴⁷ Robert J. Thompson, *Television's Second Golden Age*, str. 13- 15.

⁴⁸ *Ibid.*, str. 16.

⁴⁹ *Ibid.*, str. 16.

⁵⁰ *Ibid.*, str. 12.

50. let nepamatuje⁵¹, zatímco to, co se vysílalo nedávno a stále se reprizuje, tedy televizní pořady z let 80. a 90. si pamatuje většina, navíc je provází jakási nostalgie.⁵²

Když v roce 2007 vydávaly autorky Janet McCabe a Kim Akass knihu s názvem *Quality TV*, předmluvu jim psal právě Thompson a svůj postoj poupravil: jeho kniha o zlaté éře televize byla pouze první částí éry quality TV. Podle Thompsona byla v této první éře určována „kvalita“ televizních pořadů určována spíše tím, co konceptu quality TV nedosáhlo, jako např. seriály Knight Rider, MacGyver a zbytek „normální“ televize. V devadesátých letech však došlo k jistému zlomu: seriály NYPD Blue a ER (Pohotovost) se zařadily v průzkumu agentury Nielsen mezi deset nejlepších seriálů a od té doby se koncept quality TV, který se do té doby po několik let skromně pomalu zabydloval i v seriálech vysílaných v hlavním vysílacím čase, začal šířit rychlostí viru.⁵³ Producenti a televizní manažeři implantovali quality TV koncept do čehokoli, kam to jen bylo možné. Tato změna byla podobná přechodu z černobílé televize na barevnou o tři desetiletí dříve. Quality TV začala být superžánrem, úspěšným receptem sama pro sebe.⁵⁴ Koncem 20. století bylo těžké najít seriál, který by nesplňoval kritéria quality TV nastavená v 80. letech. Významnou roli sehrála také kabelová televize. Zatímco v 80. letech byly pořady kabelových společností na hony vzdáleny konceptu quality TV, na přelomu tisíciletí již společnosti jako HBO dokonce předhony klasické vysilatele a jejich seriály jako *The Sopranos*, *Sex and the City* (Sex ve městě), *Deadwood* či *Six Feet Under* (Odpočívej v pokoji) ukázaly cosi nepředstavitelného co se týče koncepce, narativní komplexnosti, užití jazyka a obsahového rámce.⁵⁵ Dalo by se tedy říci, že televizní tvorba přelomu století vstoupila do třetí zlaté éry.

Dle výstupu z konference konané na podzim roku 2008 v Istanbulu věnované quality television „*It Has Happened Before, It Will Happen Again – The Third Golden Age of Television Fiction*“ došli akademici k závěru, že v oblasti seriálů by měly být považovány americká produkce a společnost BBC za nastolovače trendů a předvoj. I proto byla velká část konference věnována právě zkoumání inovačních prvků u amerických a britských produktů.⁵⁶

⁵¹ V tehdejším Československu se dokonce televizní vysílání teprve rozbíhalo a málokomu bylo přístupné. Tento fakt se však dá aplikovat i na zbytek světa – lidé si často pamatují lépe věci, které zhlédli nedávno, na ty starší snáze zapomínají či si je vůbec nevybavují.

⁵² Robert J. Thompson, *Television's Second Golden Age*, str. 12.

⁵³ Robert J. Thompson, *Preface In: Janet McCabe; Kim Akass, Quality TV*, str. XVII.

⁵⁴ *Ibid.*, str. XVII.

⁵⁵ *Ibid.*, str. XVIII.

⁵⁶ Irena Reifová. *Information: „It Has Happened Before, It Will Happen Again“: The Third Golden Age of Television Fiction*, str. 1237.

Badatelé mimo jiné zjistili, že postavy striktně heterosexuální, tedy potažmo postavy s touto „jedinou správnou/možnou“ sexuální orientací, už jsou pasé, protože transgenedery nejsou v dnešní době výjimkou v rámci projednávání identit jednotlivých postav.⁵⁷

DVD průmysl také v mnohém ovlivnil vývoj quality TV. V roce 1981 ne každý vlastnil videorekordér (VCR) a z těch, kteří ho vlastnili, ne každý měl možnost si nahrát každou epizodu nebo neměl vždy po ruce volnou videokazetu. Rozmach DVD vše změnil: na DVD discích jsou k dostání celé série⁵⁸, někdy dokonce celé seriály⁵⁹ zatímco na videokazetách vycházely buď sestřihy, nebo ty nejlepší díly (kvůli kapacitě i objemnosti). Producenti proto tvoří jednotlivé epizody s vědomím, že diváci si je mohou pouštět stále dokola.⁶⁰ Vzhledem k tomu, že je nabídka televizních pořadů díky digitální a kabelové televizi a satelitu různorodá a obsáhlá, tedy že diváci mají možnost velmi širokého výběru, je nutné vyrábět pořady „kvalitnější“, protože lidé si z velké nabídky vyberou vždy to, na co se chtějí dívat.

Vzhledem k tomu, že se televizní pořady stále vyvíjí, pokládá si na konci předmluvy Thompson otázku, jak správně quality television definovat a co můžeme za quality television považovat dnes. Tvrdí totiž, že její definice byla již od počátku jen obtížně uchopitelná, a navíc v dnešní době existuje mnoho pořadů, které splňují všech 12 podmínek, ale přitom rozhodně jako quality TV označeny být nemohou, protože prostě „kvalitní“ nejsou.⁶¹ Právě proto by bylo vhodnější quality television označovat jako quality-seeking television, tedy televize, která usiluje o to být „kvalitní“, která hledá svoje místo na výsluní, aby se stala „kvalitní“. Toto pojmenování by tedy spíše mělo hodnotit intenci pořadu, než jeho finální vyznění, protože jen díky tomu se může stát právě to, že „nekvalitní“ pořad je označen za „kvalitní“ tím, že splňuje všechna kritéria a naopak. Při pojmenování quality-seeking television je tedy vyzdvižen koncept pořadu, záměr producenta a ne jeho konečné vyznění; tedy teoreticky i se špatným záměrem může být výsledek dobrý a označován za „kvalitní“, a ze záměru dobrého může vzniknout pořad „nekvalitní“.

„V každém případě, ať už máme na televizi jakýkoli náhled, (pokračovat) v diskuzi o její „kvalitě“ je nezbytné,“ tvrdí v teoretické kapitole knihy věnované quality television

⁵⁷ Irena Reifová. Information: „*It Has Happened Before, It Will Happen Again*“: *The Third Golden Age of Television Fiction*, str. 1238.

⁵⁸ Myšleno ve smyslu řada, ne série jako typ seriality, v angličtině season.

⁵⁹ Myšleno všechny řady dohromady, v angličtině series.

⁶⁰ Robert J. Thompson, *Preface In: Janet McCabe; Kim Akass, Quality TV*, str. XIX.

⁶¹ *Ibid.*, str. XIX - XX.

(Discursos e Práticas de Qualidade na Televisão) brazilský teoretik a profesor na Univerzitě v São Paulu Arlindo Machado.⁶²

4.2 Sémiotika

Česká tradice analýzy mediálních textů je v posledních desetiletích dána především důrazem na funkční stylistiku v tuzemském prostředí, ale i některými dalšími typy analýz mediálního diskursu, inspirovanými jinými jazykovědnými školami. Silnou pozici si v posledních letech a v (post)moderním uvažování o médiích vydobývá i sémiotická analýza.

Sémiotika je věda o znacích, jejich významu a smyslu. Znakem se může stát každá skutečnost, která něco reprezentuje.⁶³ Přesně definovat znak je velmi obtížné vzhledem k jejich množství a různorodosti. Druh mluvy, oblékání v souladu s ideologií skupiny, písmo, tělesné projevy: to vše jsou znaky. Se znaky se setkáváme denně a v naprosté většině případů si jejich užití ani neuvědomujeme. Snahu definovat pojem znak měli již starověcí a středověcí filozofové. I přes velké úsilí a značný rozvoj sémiotiky ve 20. století nemáme ani dnes k dispozici takovou definici znaku, která by byla zcela jasná a všeobecně přijatelná.

Většina sémiotiků se zatím shoduje v tom, že nejpřijatelnější definice má dvě důležité části a zní přibližně takto: 1. znak (*signum, signans*) je něco, za čím se skrývá něco jiného (*signatum, refernt, věc*), a 2. existuje někdo, kdo si takový vztah uvědomuje. O první část definice se zasloužil svatý Augustin, druhou dodal Charles Sanders Peirce.⁶⁴ Této definici odpovídají slova přirozených jazyků, písmena, číslice, ... chemické značky prvků, ... dopravní značky, ... mapy, státní vlajky a znaky, ... firemní značky a loga podniků, ochranné známky výrobků, ... znělky televizních a rozhlasových pořadů, charakteristické literární, divadelní a filmové postavy, úhel, pod kterým je filmová scéna, barevná kompozice, ... vzdálenost mezi lidmi při komunikaci a prakticky neomezený počet dalších předmětů a jevů.⁶⁵ Vzhledem k rozmanitosti a nepřebornému množství znaků s různorodým charakterem je nesnadné znaky rozdělit do určitých charakteristických skupin i přes to, že se o to pokoušelo mnoho odborníků.

⁶² De qualquer forma, sejam quais forem as nossas concepções com relação à televisão, a discussão sobre qualidade é sempre imprescindível. In: Arlindo Machado, *Teoria e História*, str. 31. In: Gabriela Borges; Vítor Reia Baptista, *Discursos e Práticas de Qualidade na Televisão*.

⁶³ Jarmila Doubravová. *Sémiotika v teorii a praxi*. str. 9.

⁶⁴ Jiří Černý, Jan Holeš. *Sémiotika*. str. 16.

⁶⁵ Ibid., 21

Vzhledem k tomu, že znaky nemohou fungovat izolovaně (odkazují jeden na druhý vzájemně), používá se pojem znakový systém. Bez určitých znalostí nebo konvencí bychom nebyli schopni jim porozumět – důležité je proto i zasazení do kontextu, určení vlastností a vztahů a rozpoznání souvislostí: kontextualita je tedy nutným předpokladem znalosti významu.⁶⁶ Úkolem sémiotické analýzy - jako jedné z forem kvalitativního výzkumu - je tedy nalézt relaci mezi znaky a odhalit významy, které znaky manifestně či skrytě produkují, když se setkají s konceptuálním světem konkrétního „čtenáře“, v tomto případě diváka. Sémiotická analýza televizního pořadu představuje analýzu několika složek - vizuální, auditivní a textové úrovně. Všechny tyto části jsou provázané a zároveň každá z nich může nést jednotlivé významy. Právě sémiotická analýza může být jedním z nástrojů, která může pomoci rozeznat, zda je možné televizní pořad považovat za „kvalitní“ či „nekvalitní“.

4.2.1 Historie a vývoj sémiotiky

Určité náznaky úvah o znacích, zejména jazykových, lze najít u filozofů starověké Číny a Indie. Z řeckých filozofů se do jisté míry zabývali problematikou znaků stoikové, **Sokrates**, **Plátón** a zejména **Aristoteles** v rámci své logiky a teorie poznání. Aristoteles uznával, že slova vznikla dohodou mezi lidmi a že jejich význam je dán konvencí, nikoli přirozeně. Pokud se týká znaku, rozlišil Aristoteles dva druhy: pro vztah mezi označovanou věcí a slovem, které ji označuje, používá termín *sémeion* (označení); pro vztah mezi pojmem a jeho slovním vyjádřením pak užívá výrazu *symbolon* (znak).⁶⁷ Ve 2. století n. l. pak využil římský filozof a lékař Claudius Galenos poznatků starořecké medicíny a řeckého termínu *sémeiótiké* a rozvinul pod tímto názvem „vědu o příznacích“, podle níž se nemoci měly rozeznávat na základě příznaků, které vyvolaly. Dnes se však označuje názvem *symptomatologie* a termín *sémiotika* je už trvale používán jako obecný název pro vědu o všech jazykových systémech.⁶⁸ Za významného předchůdce moderní sémiotiky je také považován **svatý Augustin**. Zasloužil se o zapojení klasické novoplatonské filozofie do křesťanské teologie. Je zároveň prvním autorem přijatelné definice znaku.⁶⁹

⁶⁶ Jarmila Doubravová. *Sémiotika v teorii a praxi*. str., 10.

⁶⁷ *Ibid.*, str. 39.

⁶⁸ Jiří Černý, Jan Holeš. *Sémiotika*. str. 22.

⁶⁹ Znak je něco, co nás samo o sobě přivádí na myšlenku o něčem jiném. In: Jiří Černý, Jan Holeš. *Sémiotika*. str. 23.

Pro středověké myslitele byla nesporně důležitou otázkou vztahu víry a rozumu.⁷⁰ Středověk zapomněl na název *sémeiôtiké*, avšak vědu o znacích obohatil především rozpracováním teorie symbolů, z nichž většina měla původ v bibli na sklonku předchozího období (stvoření světa, had v ráji, jablko ze stromu poznání, vyhnání z ráje, kříž jako symbol křesťanství, ďábel, hostie a víno jako tělo a krev Páně apod.).⁷¹ V převratném období renesance je z hlediska moderní sémiotiky nejvýznamnější nové astronomické, fyzikální, chemické i matematické pojetí světa, nový pohled na místo člověka v přírodě a ve světě a také celá řada nových útvarů vzniklých v rámci umění, jako je např. perspektiva a portrét v malířství, a ... román, včetně nových metod kladoucích si za cíl interpretovat tematické a symbolické znakové vztahy výtvarných uměleckých děl. Tímto výkladem se dnes zabývá ikonologie, tj. věda o obrazech.⁷²

V období novověku se o rozvoj sémiotiky zasadili filozofové Michel **de Montaigne**, Francis **Bacon** či Thomas **Hobbes**, jenž ve svém díle *De corpore* uvádí, že vnímání, vzpomínání a srovnávání spolu souvisí. „Zatímco v rovině vnímání a vzpomínání můžeme mluvit o značkách (marks), v rovině srovnávání (usuzování) už lze uvažovat o znacích (signs)“.⁷³ Anglický filozof John **Locke** v roce 1690 rozlišil tři druhy věd: a) *fyziké*, tj. filozofie přírody; b) *praktiké*, tj. lidská aktivita směřující k určitému cíli; c) *sémiotiké*, tj. věda o znacích, z nichž nejběžnější jsou slova. Locke tedy obnovil název sémiotika, ovšem nepoužíval ho v původním směru lékařském (viz výše), nýbrž právě pro označení vědy o znacích.⁷⁴ Filozofové 18. a 19. století se sice sémiotikou přímo nezabývali, avšak i mezi nimi nachází dnešní věda o systémech znaků své předchůdce. Do jisté míry měla sémiotický charakter např. Rousseauova teorie jazyka, teorie společnosti markýze de Sade, Kantovo pojetí činnosti „rozumu“, Humboldtova jazyková typologie, Hegelovy formy poznání a typy myšlení, Marxova teorie pohybu kapitálu či Engelsova dialektika přírody.⁷⁵ John Stuart **Mill** zasáhl do dějin sémiotiky rozlišováním denotace a konotace. O denotaci mluvíme, když vyjadřujeme, k čemu jméno patří (co pojmenovává). Konotace se vztahuje k dalším

⁷⁰ Jarmila Doubravová. *Sémiotika v teorii a praxi*. str. 40.

⁷¹ Jiří Černý, Jan Holeš. *Sémiotika*, str. 22.

⁷² *Ibid.*, str. 24.

⁷³ Jarmila Doubravová. *Sémiotika v teorii a praxi*, str. 44.

⁷⁴ Jiří Černý, Jan Holeš. *Sémiotika*, str. 24.

⁷⁵ *Ibid.*, str. 24.

informacím o objektu, které jméno nese (mohou být sociokulturní nebo individuální). Jde např. o asociace, které jméno vyvolává v tom, kdo se s ním setkává.⁷⁶

Na přelomu 19. a 20. století zasáhl do vývoje sémiotiky významným způsobem vídeňský neurolog a psychiatr Sigmund **Freud**. Autor psychoanalýzy se začal u jednoho pacienta zabývat jeho sny a došel k názoru, že hrají v životě člověka významnou roli a že mají podobnou funkci jako mýty či pohádky. Jeho výklad symbolického jazyka snů přispěl k obohacení sémiotiky o do té doby opomíjenou oblast.⁷⁷

Na vývoj evropské lingvistiky a sémiotiky měl výrazný vliv švýcarský lingvista Ferdinand **de Saussure**. V knize *Kurz obecné lingvistiky*, která vyšla až po jeho smrti, navrhl zcela nové pojetí tohoto vědního oboru. Kromě dichotomií *langue* (jazyk v užším smyslu, tj. souhrn celé slovní zásoby a všech gramatických pravidel, norem výslovnosti atd.) a *parole* (konkrétní řeč, promluva vytvořená v daném okamžiku určitým mluvčím)⁷⁸ a synchronním a diachronním přístupem k jazyku⁷⁹ mělo velký význam jeho pojetí jazyka jako systému, v němž nelze studovat jeho jednotlivé prvky odděleně od ostatních. Pro rozvoj sémiotiky pak byla důležitá jeho nová teorie jazykového znaku.

Saussurovo pojetí je důsledně dualistické. Rozlišuje jeho dvě základní a neoddělitelné složky, *signifiant* (označující) a *signifié* (označované), které se jako celek vztahují k určitému pojmu, čímž vydělují z mimojazykové skutečnosti její určitou, přesně vymezenou část.⁸⁰ Neexistuje ani přirozený vztah mezi slovem a objektem, na který odkazuje, ani neexistuje příčinný vztah mezi podstatnými vlastnostmi objektu a podstatou znaku, užívaný k jejich označení. Označující a označované jsou tedy spíše kombinací konceptu a zvuku-obrazu čili možných odlišností zvuku od eventuálního (správného) odlišného prvotního významu. Saussure také definoval tři základní vlastnosti jazykového znaku: arbitrárnost, linearitu a přetržitost. Teorie *arbitrárnosti* (nahodilosti, nepřirozenosti) vztahu mezi věcí a jejím pojmenováním říká, že jednotlivé znaky (slova) v mluveném i psaném textu spojuje pouhá konvence, tj. že mezi nimi neexistuje žádný logický vztah. Teorie *linearity* je dána časovostí jazykové výpovědi a znamená, že jednotlivé znaky lze řadit výhradně jeden za druhým.

⁷⁶ Jarmila Doubravová. *Sémiotika v teorii a praxi*, str. 45.

⁷⁷ Jiří Černý, Jan Holeš. *Sémiotika*, str. 25.

⁷⁸ *Ibid.*, str. 16-17.

⁷⁹ Diachronní metodou rozumíme studium vývoje jazyka, které považovalo předchozí období srovnávací a historické gramatiky za jedinou správnou a vědecky oprávněnou metodu, kdežto Saussure velmi přesvědčivě ukázal, stejně vhodná je i metoda synchronní, při níž se studuje stav jazyka (nebo jiného jevu) v určitém okamžiku jeho vývoje. In: Jiří Černý, Jan Holeš. *Sémiotika*, str. 28.

⁸⁰ Arthur Asa Berger, *Media Analyses Techniques*, str. 8.

Přetržitost (diskontinuita) znamená, že zatímco mimojazyková skutečnost (svět, který nás obklopuje) je v našem mozku registrována jako kontinuum (podle Saussura doslovně jako amorfní mlhovina), jazykový znak vždy označuje její přesně ohraničený úsek. Teprve ohraničení na základě dyády označující-označované dává jazykovému znaku základ.⁸¹

O další rozvoj Saussurovy teorie znaku se zasloužil přední představitel kodaňské lingvistické školy Louis **Hjelmslev**. Stejně jako Saussure zachoval dualistické pojetí znaku, avšak obě hlavní složky jazyka dále rozdělil. U obsahu a výrazu, které odpovídají signifiant a signifié, dále rozeznává *formu* a *substanci*. Obdobu amorfní mlhoviny nazval termínem *purport*, tj. nerozhrazené kontinuum. V Hjelmslevově pojetí má tedy jazykový znak celkem čtyři složky: formu obsahu, substanci obsahu, formu výrazu a substanci výrazu.⁸² Hjelmslev usiloval o vypracování jednotné teorie jazyka za pomoci systému kategorií a vztahů. Rozlišil dva druhy sémiotiky: jednoduchou, denotativní, která se zabývá vztahy mezi výrazem a obsahem a složitou, konotativní, která má zkoumat jazyk a další znakové systémy z hlediska pravděpodobnostních významů.⁸³

Dalším z hlavních představitelů moderní sémiotiky 20. století je Charles Sanders **Peirce**. Její základy položil už na přelomu 19. a 20. století triadickým pojetím znaku, tj. jeho rozdělením na ikony, indexy a symboly. *Ikonickým* znakem rozumí znak založený na podobnosti, např. obrázek předmětu, fotografii, chemický vzorec, ale i metafory. *Indexem* jsou všechny znaky, které spojuje s označovaným předmětem vztah souvislosti, tedy např. stopy písku, či příznaky, např. horečka a bolest kloubů jako příznak chřipky. *Symboly* s označovaným předmětem spojuje pouhá konvence, tedy především naprostá většina jazykových znaků, i nejrůznější logické symboly či symboly užívané v umění, náboženství atd.⁸⁴ Triadické pojetí sémiotiky však není dogmatické. Je nutné mít na paměti, že existují i znaky, které mají smíšený charakter, u nichž sice převládá jeden typ, ale ve větší či menší míře se u nich vyskytují prvky dvou nebo tří typů. Takovým příkladem může být kříž, jenž je na základě konvence symbolem křesťanství, ale má i ikonický charakter, protože připomíná kříž, na kterém byl ukřižován Ježíš. U dopravních značek jsou zase výstražné značky orámovány červenou barvou, která je (na základě konvence) symbolem nebezpečí, ale má zároveň také charakter indexu či ikony, protože je spojena s barvou (prolité) krve; ze stejného důvodu je červená barva rovněž symbolem revoluce. Kříž na dopravní křižovatce označující

⁸¹ Jiří Černý, Jan Holeš. *Sémiotika*. str. 28 a Jarmila Doubravová. *Sémiotika v teorii a praxi*. str. 47.

⁸² Jiří Černý, Jan Holeš. *Sémiotika*. str. 29.

⁸³ Jarmila Doubravová. *Sémiotika v teorii a praxi*. str. 48.

⁸⁴ Charles Sanders Peirce, *Grammatica Speculativa*, str. 43 In: Bohumil Palek, *Sémiotika*.

křížovatku má ikonický charakter (podobá se křížovatce), avšak jeho konkrétní tvar a rozměr je dán konvencí, značka má tedy zároveň charakter symbolu.⁸⁵

Dalším představitelem triadického pojetí sémiotiky je Charles **Morris**, který publikoval své nejzávažnější práce ve třicátých až padesátých letech 20. století. Sémiotiku rozdělil na sémantiku, syntax a pragmatiku. V tomto pojetí zkoumá *sémantika* význam, tj. vztahy mezi znaky a označovanými předměty, jevy nebo událostmi; *syntax* se zabývá vztahy existujícími mezi jednotlivými znaky navzájem a *pragmatika* zkoumá vztahy, které jsou mezi znaky a jejich uživateli. V sémantické rovině dle Morrise vzniká technický diskurs, na syntaktické vědecký a na pragmatické rovině diskurs estetický.⁸⁶ Současná sémantika však pojetí sémantika-syntax-pragmatika koriguje: ve skutečnosti se totiž jedná o postupnou inkluzi – pragmatika zahrnuje také sémantiku, která zahrnuje i syntax.⁸⁷ Morris je také autorem sémiotické encyklopedie. Důležitá jsou jeho díla *Sign, Language and Behavior* (1946), *Varieties of Human Value* (1956) či *Signification and Significance* (1964).⁸⁸ Uvádí také, že umělecké dílo je souhrnem ikonických znaků, které působí bezprostředně a nemusí být vysvětlovány.⁸⁹

Ruský lingvista Roman **Jakobson** působil ve 20. letech v Praze a v roce 1926 se stal zakládajícím členem Pražského lingvistického kroužku. Kvůli nacistům jako Žid emigroval do USA, kde založil harvardskou lingvistickou školu. Jeho binární teorie o asymetrickém charakteru gramatických teorií je sice často citovaná, dodnes však ne zcela doceněná. Podle ní jsou gramatické kategorie vybudovány na základě opozic dvou členů, z nichž je jeden příznakový a druhý tzv. neutrální. Jako příklad se uvádí v kategorii životných substantiv: v rod ženský je příznakový, tj. určuje pouze osoby ženského pohlaví (učitelky, studentky), zatímco mužský rod je bezpříznakový, tj. udržuje si schopnost označovat osoby obojího pohlaví (učitelé, studenti).⁹⁰ Jakobson se nevěnoval jen „přirozenému“ jazyku, ale dalším sémiotickým systémům, zejména folkloru, mytologii a poezii. Umberto **Eco** ve své esejí „*Vliv Romana Jakobsona na vývoj sémiotiky*“ popsal Jakobsonův podíl na moderním rozvoji této

⁸⁵ Jiří Černý, Jan Holeš. *Sémiotika*. str. 27.

⁸⁶ Charles W. Morris, *Základy teorie znaku*, str. 204 – 205. In: Bohumil Palek, *Sémiotika*.

⁸⁷ *Ibid.*, str. 204 – 205.

⁸⁸ Jarmila Doubravová. *Sémiotika v teorii a praxi*. str. 51

⁸⁹ Josef Zvěřina, *Znakovost obrazové složky filmu*, str. 10.

⁹⁰ Jiří Černý, Jan Holeš. *Sémiotika*. str. 31.

vědy, zejména na utváření osmi základních předpokladů, na nichž se zakládají současná sémiotická zkoumání. Předpoklady jsou následující:⁹¹

1. Znak existuje vždy, když existuje vztah odkazování.
2. Označování zahrnuje celou oblast kultury.
3. Existuje mnoho typů znaků, proto musí sémiotika pracovat s interdisciplinárním přístupem.
4. Sémiotické systémy lze popsat z jednotícího hlediska, jsou to systémy pravidel (kódů).
5. Je třeba popsat rozmanitost znaků v jejich vytváření, odezvě, vnímání a pamatování.
6. Sémiotika musí studovat syntaktickou strukturu znakových systémů; i když se jeví jako čistě syntaktické, připouští sémantické interpretace svých kombinatorických možností.
7. Sémiotická teorie nestuduje pouze strukturu znakových prostředků, ale i strukturou univerza přednášených obsahů. Není semiózy bez začlenění sémantiky.
8. Sémiotika se musí, stejně jak to činí lingvistika, posunout od teorie jednotlivých termínů a „frází“ k teorii ko-textu a kontextu (kromě syntaxe a sémantiky má zahrnovat i pragmatiku).

Ecovy teoretické práce přinášejí celou řadu originálních názorů na obecnou sémiotiku, na znakový charakter umění, zejména literatury, a to nejen prostřednictvím odborných textů, ale i románů či esejemi.

4.2.2 Sémiotika, sémantika a komunikační teorie ve filmu

Televize jakožto médium – tak, jak ji známe dnes – je relativně mladá: i přes výzkumy probíhající od první třetiny 20. století začalo televizní vysílání v tehdejší Československu až v květnu 1953. I přesto, že od tohoto okamžiku uplynulo více než 57 let, nedá se tehdejší vysílání s dnešním srovnávat, převážně co se týče technických možností. Zatímco v 50. letech neexistovala možnost záznamu, dnes je velká část pořadů vysílána ve vysokém rozlišení, digitálně a automaticky zaznamenávána. Vývoj tohoto média jde kupředu neuvěřitelnou rychlostí a je těžké jej zachytit tak, aby shromážděná data nebyla již za pár měsíců zastaralá. I proto nenajdeme mnoho teoretických prací soustředících se přímo na výzkum televize v souvislosti se sémiotickou analýzou. V této práci tedy v teoretické části vyjdeme převážně z poznatků o filmu jakožto médiu probádanějším a vývojově starším, televizi předcházejícím, zmíníme ale i postřehy Arthura A. Bergera, jenž se analyzováním médií, převážně pak

⁹¹ Jiří Černý, Jan Holeš. *Sémiotika*. str. 32.

televize, také zabýval, a mimo jiné právě kritizoval nedostatek teoretických zdrojů zabývajících se sémiotickou analýzou televizních obsahů (zatímco k filmu jich najdeme mnoho).

Specifické práce o filmové znakovosti vycházejí ze studií ze 40. let. Kinematografii se věnoval například Ital W. Rossani ve studii „*Il cinema e le sue forme espressive*“ (Překlad MB: Kinematografie a jeho expresivní forma) či o šest let mladší studie Francouze Andrého Berthomiea „*Essai de grammaire cinématographique*“ (Překlad MB: Pojednání o filmové řeči).⁹² První knihou přeloženou do češtiny byla studie „*Filmové řeči*“ od Jerzyho Płażewského z roku 1967, v níž je uvedena i další česká literatura od překladatele Zdeňka Smejkalá.

Vzhledem k tomu, že umělecké dílo (v našem případě televizní pořad) není stoprocentním znakem, protože nemůže beze zbytku přijmout všechny pojmy a operace lingvistické či logické sémantiky (vezměme např. v potaz, že slovo je znakem přímého sdělení, kdežto umělecké dílo je znakem nepřímým, protože je intervenováno jiným subjektem, který znak klade nebo tvoří), musíme ho zkoumat tak, aby nebyly vyvozovány jednoduché analogie, a musíme dbát na hlubší zkoumání významu (ten může být kromě racionálního i emocionální, estetický a stejnou účinnost mohou mít i slova⁹³). Funkce uměleckého díla jako napodobení, zobrazení, znázornění atd. a současně emotivní složka jsou důvodem, proč je umělecké dílo mnohoznačnější, než pouhý slovní výraz. Vzhledem k tomu, že se jakékoli auditivní dílo skládá ze tří složek (auditivní, textová a obrazová), má mnohem větší možnost interpretace. Někteří sémiologové však tvrdí opak: např. pod pojmem dům si každý z nás představí jiný dům, protože se tento výraz může vztahovat na množinu domů, jde o obecný pojem. Objeví-li se však na televizní obrazovce, není možný žádný jiný výklad, než je konkrétní dům.⁹⁴

Důležité k pochopení významu je pochopení komunikace. Mezi nejjednodušší modely patří Shannonovo lineární schéma *zdroj-kódovací zařízení-kanál-dekódovací zařízení-přijatá zpráva*. Filmové dílo není bez komunikace (tj. sdělení jako přenosu zpráv a komunikace v širším smyslu) myslitelné. Kromě racionálního významu může produkovat (stejně jako jeho složky, tj. znaky) i komunikaci emocí, a to jak záměrnou (autor chtěl emoce vyvolat) či nezáměrnou (emoce jako důsledek). U autora sdělení se však musíme zastavit. I zde vzniká

⁹² Díla dle dostupných informací v češtině nevyšla. In: Josef Zvěřina, *Znakovost obrazové složky filmu*, str. 10.

⁹³ Josef Zvěřina, *Znakovost obrazové složky filmu*, str. 13.

⁹⁴ *Ibid.*, str. 18.

určitý problém – autor totiž s divákem nekomunikuje ve většině případů přímo, ale prostřednictvím díla. Není tedy ve vztahu komunikant-komunikant, ale komunikant-umělecké dílo-konzument, kdy první není pouhým uživatelem jazyka, ale zároveň jeho tvůrcem. Je tedy obtížné odhadnout a závisí často na příjemci, jak autor dílo zakódoval a jak ho příjemce dekóduje, neboli přečte. Teorii nazvané *Encoding/Decoding* se věnuje ve své studii z roku 1973 představitel britských kulturních studií Stuart Hall. Televizní režiséři, scénáristi stejně jako ti filmoví či divadelní atd. využívají při zpracování předlohy vlastní dekódování stejně jako jeho následné zakódování, které poté předkládají publiku. Tento model dekódování a zakódování je ovlivněn prostředím a kulturou, v níž autor žije, i prostředím, kde se daný příběh odehrává. Snahou takového je převést psanou podobu do nového zpracování tak, aby jí byl čtenář schopen porozumět, k čemuž slouží znaky společné určité kultuře.

Interpretační pravidla vypracovaná lingvistickou sémantikou jsou velmi přesná a obecná. Pro umělecké dílo však opět existují určitá specifika, formy a znakovosti. Znakové pole nepřímého sdělení je v případě filmu rozložené na osm složek: umělecké dílo samotné, jeho tvůrce; ten, kdo dílo vnímá; objektivní realita a její reality. Dílo má též vlastní znakové prostředky a vyjadřovací způsoby, kterými je schopno působit na diváka (působivost).⁹⁵

4.3 Sémiotická analýza mediálního obsahu

V různých médiích se objevují odlišné žánry populárních obsahů. Rozhlas, televize, film, komiksy, CD, DVD, plakáty, noviny, magazíny, telefonní hovory, knihy, billboardy – to vše jsou média, která můžeme zkoumat a v nichž se objevují reklamy, zpravodajství, publicistické formáty, dokumenty, seriály, muzikály, talk show, romantické filmy atd. Každé médium je ve své podstatě limitováno samo sebou, a proto ne všechny populární obsahy jsou pro něj vhodné. Například klasická televizní obrazovka nikdy nebyla příliš vhodná pro záběry bojiště, protože jednotliví aktéři v ní byli příliš malí a těžko rozpoznatelní⁹⁶. S nástupem domácích kin a plazmových velkoformátových obrazovek se však i tento rozdíl oproti promítaným filmům v kinech postupně stírá. I tak je ale televize médiem, na kterém spíše vyniknou jednotlivé postavy než celkové akce.

Analýza audiovizuálního vyjádření sestává ze tří stádií, jež postupně prohlubují zkoumání díla: první stádium je studium obrazového aspektu, tedy tomu, co je na první pohled zachytitelné okem a co dodává první dojem. Druhé stádium je ve znamení využití

⁹⁵ Josef Zvěřina, *Znakovost obrazové složky filmu*, str. 19.

⁹⁶ Arthur Asa Berger, *Media Analysis Techniques*, str. 33.

lingvistiky, tedy rozkódování použitého jazyka. Ve třetím stádiu přichází ke slovu sémantika, především lingvistická, která má za úkol definovat film jako řeč a napomoci jeho co nejpřesnějšímu pochopení.⁹⁷ Při podrobné analýze tedy bude docházet k postupnému prohlubování jednotlivých znaků, čím hlouběji budeme jednotlivé záběry zkoumat, tím podrobnější informace můžeme získat díky znakovosti jednotlivých složek.

Ve filmu i v televizi se tedy setkáváme s různými vyjadřovacími soustavami: akustickou (slovo, hudba) a optickou (obraz). Podle jiného kritéria můžeme oblasti rozdělit na literární (libreto), mimickou (gesto, mluvené slovo) a výtvarnou (obraz). Obrazové vyjádření je ve filmu prvotní, ostatní jazyky jsou druhotné. Řeč zvuková je druhotnou jak ostatně svědčí celá doba němého filmu i snaha všech režisérů omezit dialogy na nejmenší, doprovodnou a nutnou míru.⁹⁸ Před akustickým nebezpečím filmového obrazu varuje španělský filmový režisér Luis Buñuel: „Pozor na hudbu ve filmu, je příliš snadné používat ji k vyjádření určitých citů nebo zážitků. Kdo příliš spoléhá na hudbu, nakonec zradí obraz. Instinktivně považují hudbu za parazitní složku, která slouží hlavně k tomu, aby uplatnila jinak nezajímavé scény.“⁹⁹

Jazyk ve zkoumání filmu či televizního pořadu není pouze řečí, ale vyjadřovací soustavou jako celek, ve smyslu jakéhokoli souboru znaků, které mají určitý význam. Televizní pořad se vyjadřuje čtyřmi až pěti jazyky:

1. U mluveného pořadu se vyskytuje přirozený jazyk či též jazyk zvukový;
2. Není-li pořad reportáží, dokumentem či nepoužívá-li metodu skryté kamery, není používaný jazyk běžným hovorovým jazykem, ale přednesem tzv. zvláštního literárního díla (libreta, platí hlavně u filmu);
3. tento přednes je podán většinou viditelně, způsobem hereckým, spojeným s mimikou a gesty;
4. zvuková soustava může být v pořadu provázena hudbou;
5. televizní produkt je dvojrozměrným obrazem, viditelným na promítacím plátně, probíhajícím v čase.¹⁰⁰

Filmové i televizní dílo má více jazyků a proto má také více původců znaků. Režisérovi připadá jako jeden z hlavních úkolů nejen je sjednotit, ale vytvořit z nich novou výrazovou jednotu. Proto není výtvarníkem, který sám svou vlastní fyzickou činností vytváří obraz, ale je dirigentem poměrně velké množiny „uživatelů různých jazyků“, tvůrcem určitého nadjazyka.

⁹⁷ Josef Zvěřina, *Znakovost obrazové složky filmu*, str. 75.

⁹⁸ *Ibid.*, str. 58.

⁹⁹ *Ibid.*, str. 58.

¹⁰⁰ *Ibid.*, str. 57.

Ten nemusí a ani není společný všem, kdo vstupují do jeho tvorby: režisér nemusí být literátem, hudebníkem, hercem, stejně jako hudebník, komponující hudbu, nemusí být obeznámen s užíváním kolejí nebo jeřábů, herec nemusí znát zákonitost střihu apod.¹⁰¹

Z metodologického hlediska je nepostradatelnou součástí analýzy televizního pořadu možnost záznamu pomocí videorekordéru [MB: či jiného záznamového média]. Díky záznamu máme jedinečnou možnost přehrát si pořad tolikrát, kolikrát je potřeba, aby analýza pořadu byla kompletní. S každým dílem je možné pracovat neomezeně: díky záznamu si můžeme zastavit pořad v určité vteřině, kdykoli ho zopakovat, posouvat ho po libovolných úsecích a v libovolné rychlosti přehrávání, rozdělit ho na fragmenty, porovnávat ho s dalšími částmi atd. Takzvaná demontáž a vzápětí opětovné poskládání pořadu je právě onou analýzou, kdy dochází k tomu, abychom porozuměli, jakým způsobem daný pořad funguje.¹⁰² I přes to, že tato definice již dnes tak docela neplatí, protože technologie se dále rozvinuly, význam záznamu pro analýzu je nezpochybnitelný. Dnes je více než používání videorekordéru častější elektronický záznam, v jehož formátu se stále častěji data ukládají či se objevují v archivech na internetových stránkách určených televizním stanicím a jejich pořadům. Nabízí ale totéž, co video, a navíc je ještě dostupnější – k jeho přehrání nepotřebujeme videokazetu a videopřehrávač, ale jakýkoli počítač připojený k internetu, jedná-li se o veřejně dostupný dokument. Nejenže tato možnost naši práci zjednodušuje, ale také ji činí vůbec možnou – bez záznamu po pouhém jednom zhlédnutí pořadu by bylo nemožné kvalitní analýzu provést.

Jak již bylo řečeno, stejně jako každý televizní pořad či jiné audiovizuální dílo je i pořad „Q“ složen ze tří složek: vizuální, textové a auditivní. Každá jednotlivá část tvoří dílek po dílku celkový obraz; při vynechání jedné z nich by zbytek nedával tentýž význam. Je proto takřka nemožné analyzovat pouze jednu z částí bez reflexe dvou zbývajících.

Vizuální složka bude analyzována prostřednictvím jednotlivých filmových záběrů a obrazů. Když jeden obraz vznikne, ten předchozí automaticky zanikne; díky moderním technologiím můžeme mít i několik obrazů vedle sebe či jinak poskládané dohromady, s čímž

¹⁰¹ Josef Zvěřina, *Znakovost obrazové složky filmu*, str. 63-65

¹⁰² De ponto de vista metodológico, uma ferramenta imprescindível para a análise do programa televisivo é o vídeo. Gravação em vídeo traz uma ajuda preciosa à análise. Graças a ela, pode-se trabalhar longamente com o programa, revê-lo quantas vezes for preciso, parar a imagem, congelá-la, exibi-la em velocidades diferentes, separar um fragmento, compará-lo com outros do mesmo ou de outros programas e assim por diante. Isso é justamente o que estamos chamando de análise: a desmontagem e remontagem de um programa para conhecer o seu modo de funcionamento. IN: Arlindo, MACHADO; Marta Lucía VELEZ. *O revés do tempo. Análise e interpretação do videoclipe*. In: Gabriela BORGES; Vítor REIA-BAPTISTA. *Discursos e Práticas de Qualidade na Televisão*.

se setkáme i například na konci znělky – představení pořadu. Předmět konstituovaný na obrazovce není předmětem reálným, ale pouze jemu částečně podobným, či přesněji řečeno s jistou určitostí podobný.¹⁰³ Vše jak animované (znělka) tak relativně skutečné (reportáže, rozhovory, moderátorské vstupy) je jen odrazem reality.

Filmový obraz je tedy abstrakcí: byl pozastaven, aby bylo možné jej postihnout. Tím jsme však dostali něco, co není film, v našem případě onen původní pořad. Tzv. vivisekce nám umožňuje zhlédnout kostru jakéhosi mrtvého organismu. Filmový obraz potřebuje jen zlomek vteřiny, aby žil. Je-li tento mžik kratší než 0,24 vteřiny, neexistuje pro diváka; trvá-li neomezeně dlouho, nejedná se o film, ale fotografii. Filmový záběr, který už pro diváka postřehnutelný je, se skládá z menšího nebo většího počtu obrazů. Tyto záběry se pak spojují ve vyšší či základní skutečnou jednotku filmu – sekvenci.¹⁰⁴

Předmět, jenž je součástí záběru, je zachycen tak, jak jej viděla kamera či jak ho zpracovali grafici. Skutečnost, která vstupuje do filmového obrazu, je skutečností snímanou. Ta může být různorodější: exteriér, různé druhy interiéru, lidské postavy atd. Tedy skutečnost uměle vytvořená, ale i daná, již může být například přírodní scenérie. Ty jsou ale vedeny určitým výběrem: i průměrný režisér si pro jiný záměr volí jinou krajinu. Kamera totiž vidí pouze to, co jí režisér nadiktuje. Výběr skutečnosti souvisí vždy s cílem díla, s jeho celkovou koncepcí, nese stopy umělecké tvorby. Možnost vyčlenit libovolný detail, tj. svoboda záběru, souvisí také se znakovými způsoby vyjadřování – záběr je tedy možno využívat v přeneseném významu ve formě metafory, metonymie či případně synekdochy.¹⁰⁵ Je tedy zcela logické, že pro reportáž např. o buzincích (slovy gay komunity; heterosexuální jedinci užívají název gay bar) si tým zvolí přímo to prostředí, o kterém mluví. Stejně tak nebude zabírat kamerou prázdný bar a či pouze barmany, ale místo v plném provozu s jeho atmosférou. Podobně když budou tvůrci daného pořadu točit reportáž o Britech, nebudou se dotazovat Britů v České republice, ale pojedou přímo do Velké Británie.

Každý obraz na plátně/obrazovce je znakem, to znamená, že má význam, je nositelem informace. Tento význam však může mít dvojí ráz. Na jedné straně obrazy na plátně reprodukují nějaké předměty reálného světa. Mezi těmito předměty a jejich obrazy vznikají sémantické vztahy.¹⁰⁶ V pořadu se objevují jak denotační prvky tak konotační, přítomny jsou ikony, indexy i symboly. Denotace postupuje cestou analogie – v obraze analogie ikonické

¹⁰³ Josef Zvěřina, *Znakovost obrazové složky filmu*, str. 63-65.

¹⁰⁴ *Ibid.*, str. 67.

¹⁰⁵ Jurij Michajlovič Lotman. *Semiotika filmu a problémy filmové estetiky*, str. 33.

¹⁰⁶ *Ibid.*, str. 42.

(např. záběr budovy se podobá budově), ve zvuku analogie auditivní (troubení auta v pozadí reportáže se podobá skutečnému). Denotace, prostá sémantická síla, reprodukuje předměty i jejich přirozenou výrazovost (např. gesta). Je výrazový také jako soubor konotací, to znamená jako umění ... jelikož různé vedlejší významy jsou vždy motivovány hlubokou příbuzností mezi označujícím a značeným.¹⁰⁷ Denotace sama navíc vlastně ve filmu či televizi neexistuje, protože i ten nejobyčejnější záběr je přeci jen záměrně volený z mnoha způsobů, jak ví i autor, ale není jako denotace zamýšlen: ani nejrealističtější záběr filmu-pravdy si takový úkol neklade. Z denotačního hlediska by bylo možno rozlišit dvě vrstvy: vrstvu, která je znakově a významově sama o sobě indiferentní a vrstvu, která zpřítomňuje v obraze předmět s jeho přirozenou, virtuální znakovostí. V prvním případě jde však o nutné zlo, tedy vznikla by jakási objektivní výplň obrazu, kterou není možné vyloučit. Z toho plyne, že nezakládá významovou vrstvu. Ve druhém případě je však virtuální znakovost předmětu v obraze aktualizována, ale to už zase není denotace.¹⁰⁸ Takovým příkladem může být nebe s hvězdami ve znělce „Q“. První a poslední záběry patří domu, který stojí na ulici, nebe je v pozadí. Indiferentní vrstvou je zde nebe jakožto přirozené pozadí děje, na druhou stranu nese jistou znakovost – jsou na něm hvězdy, které za prvé nevisí ve vzduchoprázdnu, a za druhé jsou časem určeny: děj se tedy odehrává v noci, stejně jako vysílání televizního pořadu. Denotace tedy neexistuje ani umělecky, ani sémanticky, a proto ji nelze zařadit mezi sémantické prvky filmového vyjádření, nelze mluvit o denotačním smyslu či významu. Protože denotační prvky proto tuto analýzu neobohatí, nebudeme se jimi dále zabývat.

Indexy a ikony také nejsou pro tuto analýzu primární. Ikonické zobrazení totiž často zároveň obsahuje symbolický význam, resp. v symbolu můžeme najít i ikon. A samostatný ikon ve formě denotátu nehraje při výzkumu roli. Se symboly se nesetkáváme pouze na rovině vizuální, ale i v textové či zvukové části. Také je důležité zmínit, že tyto symboly mohou mít jiné významy v různých kulturách: co může být na první pohled významově jasné pro jednu kulturu, může nést odlišný až protichůdný význam v kultuře druhé a také nemusí evokovat absolutně žádný význam v kultuře třetí. Tyto odlišnosti se projevují hlavně v rovině textové, kdy nejde o porozumění jazyku, ale o například jiný druh humoru typický a akceptovaný určitou kulturou.

Ani termín konotace však není příliš vhodný pro modelování znakovosti filmového a televizního díla. K tomuto výrazu je totiž přiřazeno mnoho různorodých významů: hluboký

¹⁰⁷ Josef Zvěřina, *Znakovost obrazové složky filmu*, str. 82.

¹⁰⁸ *Ibid.*, str. 85.

smysl, symbolický smysl, atmosféra, styl a jeho vlastní význam, vedlejší smysl. Nejzákladnější figurou konotace je synekdocha (část za celek – například pár gayů jako představitelé celé queer komunity). Konotace i denotace jsou motivovány, takže pořad je dvojnásobně výrazový. Obrazy na plátně mohou nabídnout dodatečné či často dokonce úplně neočekávané významy, ba dokonce významový prvek může být narušením nějakého očekávání. Osvětlení, montáž, hra plánů, změna rychlosti pohybu atd. mohou přidávat reprodukováným předmětům na plátně dodatečný význam symbolický, metaforický či metonymický.¹⁰⁹ O tom, že se významové vrstvy mohou zakládat na metafoře či metonymii hovořil i francouzský sémiotik a filmový teoretik Charles Metz.¹¹⁰

4.3.1 Kompozice

Filmový záběr má kompozici, kdy se jednotlivé části řadí podle plánů a určitých pravidel dle tvarů, barev či světla. Kompozice filmového záběru není dána snímaným předmětem, ale ustavičně se tvoří podle určitého záměru. Světlu se podřizuje tvar a je nositelem znakovosti. S tím také souvisí povaha prostoru, jenž je ve filmovém záběru opticko-kinetický. Může tedy dojít k iluzi trojrozměrného záběru optickými prostředky. Vlastní filmové vytváření dojmu prostoru se však děje nejrůznějšími pohyby kamery, nájezdy, odjezdy, změnou úhlu, panoramatickým obzíráním, přenosnou kamerou, která dovoluje vnímat prostor očima jdoucí období (v našem případě např. okřídlená letící koule ve znělce či jako součást reportáže).¹¹¹

4.3.2 Sekvence

Sekvence je útvarem specificky filmovým. Sřih, tj. spojování záběrů a komponování v časovém průběhu – znamená velké možnosti prostorové, časové, emocionální, estetické i významové a již dříve byl prohlášen za počátek filmového umění. Sekvencemi se strukturují vyšší útvary filmového díla a stavba díla jako celku.¹¹² Montáž (organizace záběrů/obrazů v čase: prvotně jsou oddělené od předcházejícího i od následujícího záběru, dochází k jejich spojení) ustavuje vztah, který mají předměty a záběr. Montáž je jedním z nejprozkoumanějších výrazových prostředků, který zároveň vyvolává ostré polemické střety. Sovětský filmový a divadelní režisér a filmový teoretik Sergej Michajlovič Ejzenštejn

¹⁰⁹ Jurij Michajlovič Lotman. *Semiotika filmu a problémy filmové estetiky*, str. 42 - 43.

¹¹⁰ Josef Zvěřina, *Znakovost obrazové složky filmu*, str. 82 a 86.

¹¹¹ *Ibid.*, str. 68 – 69.

¹¹² *Ibid.*, str. 69 – 70.

rozděluje montáž podle historického vývoje – v jednoaspektovém filmu jde o výtvarnou kompozici, ve víceaspektovém filmu o montážní kompozici a ve zvukovém filmu o hudební kompozici. Úloha montáže spočívá především ve sladění a synchronizaci obrazu a zvuku.¹¹³ Montáž může být „neviditelná“, pokud dochází k logickému sledu záběrů. Logika je dána buď geografii akce, nebo dramatickým zájmem. Jsou však druhy montáže, které vytvářejí smysl ne tak podáním objektivní skutečnosti či jejího obrazu, ale vztahem. Paralelní montáž například střídá záběry jedné události se záběry druhé, prostorově vzdálené. Zrychlená montáž dovede navodit prudší spád ne zrychlením děje, ale zkracováním záběrů.¹¹⁴

4.3.3 Celek

Celkem jsou myšleny ne všechny složky filmového díla, ale celek vizuální. Hlavními složkami jsou námět, materiál a forma.¹¹⁵

4.3.3.1 Námět

Námět dlouho určoval filmový žánr. Vzniká snímáním dané skutečnosti a jeho realizace je složitá. Námět prochází řadou operací – autor nejdříve musí vytvořit záměr, jenž je upravován scénáristou a režisérem v synopsi a technický scénář.¹¹⁶

4.3.3.2 Materiál a techniky

Dnes se práce již zjednodušila díky technologickému rozvoji, kdy se většina materiálu točí na digitální kamery – odpadá tak vyvolávání filmu či obtížnější manipulace s páskami. Analogové kamery se dnes využívají jen výjimečně. Důležitou roli hraje právě kamera. Její různé ohniskové vzdálenosti (od 28 do 200 mm, profikamery s výměnnými objektivy mají ohniskové vzdálenosti ještě širší – pod 17 mm i nad 300 mm) dovolují různé druhy záběrů s různými druhy účinků. Pohyb a čas kamery skýtají nejvýznamnější znakové možnosti. Od dob „nehybné kamery“ s klikou existují kolejnice, jeřáby, závěsy, helikoptéry atd. Různé vidění skrz čočku kamery umožňuje nadhled, podhled, velký celek, celek, polocelek, polodetail, detail, velký detail, profil, enface atd., které je ještě znásobené kinetikou, tedy nájezdy, odjezdy, švenky, různé způsoby panoramování atd. Pohybové vlastnosti umožňují i různá rychlá střídání blízkosti a vzdálenosti. Tyto prostorově-pohybové vlastnosti kamery se

¹¹³ Jurij Michajlovič Lotman. *Semiotika filmu a problémy filmové estetiky*, str. 60.

¹¹⁴ Josef Zvěřina, *Znakovost obrazové složky filmu*, str. 78 - 79.

¹¹⁵ *Ibid.*, str. 70

¹¹⁶ *Ibid.*, str. 71.

množí s koordinátou času. Od zpomaleného do nejprudšího času jízdy je bohatá výrazová škála.¹¹⁷

Právě rozdíly v záběru mohou nést znaky. Záběr zblízka, kdy vidíme hlavně obličej osoby, může značit intimitu, střední vzdálenost, kdy se na obrazovce objeví většina těla, znamená osobní vazbu na člověka, dlouhý záběr, ve kterém vidíme nejen postavy, ale i jejich prostředí, dotváří kontext, ale zároveň i jakousi vzdálenost osobní, a široký celkový záběr pak značí sociální vazbu.¹¹⁸

Druhou technickou oblastí je osvětlení. Světlo má ve filmu prvotní úlohu. Je – jako objektivní skutečnost – prostředkem realizace obrazu. Světlo je i výtvarným prostředkem (kde hraje úlohu osvětlení), ale i námětem a formou. Světlo má nejen různé škály intenzity, směrů, protisměrů, odstínění, ale i momenty dynamické – zatmění, roztmění atd. Ty často souvisí i se stříhem, jenž souvisí bezprostředně s formou. Předmětné druhy jako např. paralelní či křížový stříh spolu s časovými dimenzemi (rychlá vs. pomalá montáž) mohou vyjadřovat velmi výrazně zamýšlený obsah.¹¹⁹

4.3.3.3 Forma

Výrazové možnosti filmu jsou nevyčerpatelné. Aby se jednotlivé prvky jazyka, tzv. syntagmata, stala jazykem a komunikací, je třeba jednotící síly – formy – která realizuje výběr prvků a dává jim smysl. Především znakovitá forma je často v područí námětu.

Film je vizuálním uměním probíhajícím v čase. Pohyb je jedním ze způsobů, jak s časem manipulovat.¹²⁰ Čas (ve filmu) může být i námětem příběhu děje. V televizi ale toto neplatí zcela – v publicistickém pořadu čas nehraje tak důležitou roli. Čas filmový (toho, co se odehrává na plátně) se v televizním publicistickém pořadu téměř nevyskytuje, stejně tak čas technický (rychlost natáčení a projekce), a to proto, že v digitálním formátu odpadá např. rychlost filmové promítačky, rychlost snímání kamery (dle technické kvality). Hledisko času formálního (kontinuita/diskontinuita, rychlost/pomalost, výběr časových situací, kterými má být zachycen čas události)¹²¹ se v publicistickém pořadu, resp. jeho částech (reportážích), objevuje.

¹¹⁷ Josef Zvěřina, *Znakovost obrazové složky filmu*, str. 71.

¹¹⁸ Arthur Asa Berger, *Media Analysis Techniques*, str. 33.

¹¹⁹ Josef Zvěřina, *Znakovost obrazové složky filmu*, str. 71 - 72.

¹²⁰ *Ibid.*, str. 73.

¹²¹ Josef Zvěřina, *Znakovost obrazové složky filmu*, str. 73.

Stejně můžeme rozlišovat hledisko pohybu kamery, pohybu objektu a způsoby, kterými je pohyb realizován na obrazovce. Takovýto pohyb může být buď plynulý, nebo může být členěn, některé jeho části mohou být vypuštěny, objekt může sledovat kamera nebo naopak objekt může pouze bez pohybu mluvit do kamery. Když dojde k prudké změně plánu, na plátně se poté nezobrazí celý předmět, ale jen jeho část (což může být vnímáno jako záměna objektu). Spojením času a pohybu se udává rytmus pořadu.

Stavba filmového díla – definitivní forma celku – se tedy skládá ze záběru, sekvence, pohybu, času, rytmu, autora scénáře, hudebního skladatele, výtvarníka, kameramana, herců, moderátorů, výběru exteriérů/interiérů, kulis, osvětlení, barvy, střihu atd.¹²²

4.3.4 Znakovost

Nositelů znakovosti v audiovizuálním díle je hned několik. Důležitý je vůbec jeho námět, ale také provedení, které lze snadno ovlivnit (ne)vhodným zvolením různých konceptů. Z techniky může nejvýrazněji dílo ovlivnit střih – různým sestřihem natočených záběrů můžeme leckdy získat i kompletně odlišný výstup. Dalším významným prostředkem je kamera a její pohyby. Nezanedbatelné je ale také osvětlení, použití barev, zvukových efektů a hudby. Všechny tyto zdánlivé detaily nám pomáhají interpretovat to, co vidíme (a slyšíme) v televizi.¹²³

4.3.4.1 Znakovost námětu

Termín námět bereme v jeho nejužším smyslu: výsek skutečnosti, která se děje na televizní obrazovce, tedy nikoli námět v psané podobě. Psaný námět je svou povahou racionálnější a sdělitelnější, samotné výsledky na obrazovce je již jen jeho ekvivalentem, takzvanou transformací z jednoho jazyka do druhého. Televizní či filmové zpracování funguje jako převodník z informace slovní do informace vizuální. V tom případě námět sám navozuje daleko snadněji intelektuální významy (zvláště, když je děj provázen slovem), než námět

¹²² Ejzenštejn mluví o orchestraci všech těchto složek: „Docela tak i výrazový celek nemůže být založen na vzájemném utiskování jednotlivých úseků ..., ale na tom, že v potřebné chvíli se moudře vyzvednou do popředí zejména ty výrazové prostředky, jimiž se v daném okamžiku dá nejúplněji vyjádřit prvek, který v daných podmínkách vede co nejbezprostředněji k nejúplnějšimu vyslovení obsahu, smyslu, tématu či ideje díla.“ ... „Režie musí vše udržovat v jednotě, jednotném proudu a stylu i skladebný graf po celé délce řezaných záběrů (až po úhel, pod nímž je natáčeno žitné pole, nebo ráz nočního osvětlení).“ In: Josef Zvěřina, *Znakovost obrazové složky filmu*, str. 74.

¹²³ Arthur Asa Berger, *Media Analysis Techniques*, str. 34.

předmětový. Vzbuzuje i emotivní a estetické účinky.¹²⁴ Toto platí v našem případě spíše pro znělku na začátku pořadu a pro hrané scénky, než pro pořad samotný celkově: u reportáží a interview není pořad v konečné fázi až tak založen na scénáři jako na výsledku jednotlivého natáčení, na výpovědi dotazovaných, na dostupnosti materiálu, střihu apod., protože autoři dopředu nemohou předvídat, jak natáčení dopadne, co z interview vzejde atd.

4.3.4.2 Znakovost materiálů a techniky

Disk (digitální médium), na který je záznam pořizován, či videokazeta (případně filmový materiál – negativ a jeho pozitivní kopie) se přímo ve zpracovaném obraze neobjevují, nemají tudíž samostatnou znakovou funkci. Mohou mít však (hlavně v případě filmového materiálu) funkci souznačnou, díky tonálním deformacím, prací kameramana atd.¹²⁵ Dnes již tyto techniky zastoupilo počítačové zpracování obrazu, kdy barva se může plošně měnit a celkově se dá film jakkoli upravovat, včetně digitálních iluzí.

Filmového jazyka se také výrazněji účastní vlastnosti objektivu. Snahou dřívějších filmů bylo zastřít nedostatky kamery, nahradit kameru okem. Dnes se naopak využívá specifického podání obrazů kamerou, využívá se možnosti, jaké lidské oko nemá: objektiv s větší ohniskovou vzdáleností zužuje prostor a soustřeďuje se na daný předmět, čímž dodává výrazu naléhavou koncentrovanost.¹²⁶ Podobně je to s pohybem kamery: dnešní moderní technologie umožňují kameramanům téměř cokoli. Ještě znakovější je hloubková ostrost. Struktura obrazu se tedy stává realističtější, dokonce nezávisle na jeho obsahu – v důsledku toho vyvolává aktivnější mentální postoj. Uvádí totiž diváka do takového vztahu vůči obrazu, jenž je bližší tomu, který má k realitě.¹²⁷ Se světlem také dokáží filmoví tvůrci manipulovat – kromě přirozeného osvětlení lze použít různé (barevné) filtry, roztmívačky atd.

Světlo jako pomocný živel modeluje tvar, diferencuje prostor. Tvoří nejen psychologickou náplň záběru, nýbrž i významy podtrhuje a vytváří. Výrazové možnosti jsou ovlivněny tím, zda je světlo ostré, měkké, tékavé, odhalující, shora, zpřímá atd. Světlo vzdálené, vznikající, mizející či jakkoli se měnící ruší pocit reálného prostoru.¹²⁸

I střih může nést prvky znakovosti. Neviditelný střih je výrazovým prostředkem obrazového vyjádření, vyjadřující objektivní logiku děje. Naproti tomu paralelní montáž značí

¹²⁴ Josef Zvěřina, *Znakovost obrazové složky filmu*, str. 88.

¹²⁵ *Ibid.*, str. 90.

¹²⁶ *Ibid.*, str. 90.

¹²⁷ *Ibid.*, str. 93.

¹²⁸ *Ibid.*, str. 96.

souběžnost dvou dějů – je tedy zde patrný zásah subjektu, který vyjadřuje určitý vztah, je výkladem souvztažnosti, zdůrazňuje moment času.

Znakovost tvarové formy souvisí se čtyřmi faktory: zvláštnost předmětu, jeho optické podání, televizní podoba na obrazovce a jeho pohyb a pohyb kamery. Předměty samy o sobě nesou přirozenou znakovost, jsou schopny se stát výrazem nějakého obsahu. Pokud tyto skutečnosti kamera snímá, náleží jejich znakovost ke znakovosti námětové. Jakmile se však klade nějaký předmět do vztahu k předmětu jinému, nabývá nové kvality – to je již záležitost formy, tj. zákonitého uspořádání estetické objektivizace. Stejně tak předmět může nabývat různé podoby. Rozhodujícími faktory jsou úhel vidění (může předmět vyzvednout nebo utlumit), nadhled, pohled, velikost obrazu, umístění předmětu v obraze atd.¹²⁹

K tvarové formě náleží i prostor, jenž je výrazovou formou. Emotivní působení obrazu je podmiňováno nejen věcně, ale i výrazně tonálním a tvarovým rozvržením hmot v ploše obrazu. Absolutní prostor, tedy volný prostor ubíhající do neznáma, dostává nadprostorový význam, do kterého často ústí předchozí sekvence s negativním nádechem.¹³⁰

4.4 Nevýhody sémiotické analýzy

Jak již bylo řečeno, sémiotická analýza dokáže podrobně popsat televizní pořad z hlediska obrazového, zvukového či textového. Dokáže lokalizovat jednotlivé prvky a najít vztahy mezi nimi, hledá významy a rozkódovává je. Nedokáže však popsat kvalitu či uměleckou stránku jako takovou. Berger to přirovnává k tomu, jako kdyby se kuchař zajímal o suroviny, ale už by ho nezajímalo, jak tyto chutnají nebo zda se dají uvařit.¹³¹

V některých případech je zkoumané audiovizuální dílo podrobena kritice. Přesto však sémiotikové nezohledňují všechna hlediska – kritika je tedy jakousi výmluvou a součástí „skvěle provedené“ práce. S tímto problémem se však setkáváme u všech forem výkladu. Některé práce se však kritikou zabývají natolik, že jsou ve finále delší, než samotné dílo.

Dalším problémem sémiotické analýzy, především na poli televizních obsahů, je – jak již bylo zmíněno na začátku kapitoly 4.2.2 nedostatek teoretického základu – nedostatek odborné literatury, která by usnadňovala výzkum v této oblasti. Většina sémioticky zaměřeného výzkumu byla věnována filmu, ne televizi. „Bez silné a dobře strukturované

¹²⁹ Josef Zvěřina, *Znakovost obrazové složky filmu*, str. 94.

¹³⁰ Josef Zvěřina, *Znakovost obrazové složky filmu*, str. 96.

¹³¹ Arthur Asa Berger, *Media Analysis Techniques*, str. 34.

teoretické části musí být považovány práce užívající aplikovanou sémiotickou analýzu televizních obsahů pouze za nezávazné,“ tvrdí Berger.¹³²

¹³² Arthur Asa Berger, *Media Analysis Techniques*, str. 35.

5 ANALÝZA POŘADU „Q“

Vzhledem k tomu, že každá epizoda pořadu „Q“ je svým způsobem unikátní, budeme se v analýze soustředit převážně na skutečnosti, které jsou společné většině vysílaných dílů. Nejprve však podrobně rozebereme prvky, které jsou pravidelnou a neměnnou součástí každého vysílaného dílu. Zaměříme se na podrobné zkoumání složky auditivní, vizuální a textové. Z analýzy vyloučíme „vnější“ činitele – tvůrce a diváka – a omezíme se na zkoumání zevní skutečnosti. Nebudeme tedy pátrat po tom, jaké přesně vyvolává pořad emoce, ale zaměříme se na popis složek pořadu a v rámci toho se zamyslíme nad otázkami, co chtěl autor divákovi sdělit a jak mohl divák toto sdělení dekodovat.

K získání poznatků bylo do samotné analýzy zahrnuto celkem osm epizod pořadu. Výběr nebyl uskutečněn náhodně, ale podle předem stanoveného pravidla: každý první díl čtvrtletí roku 2007 a stejně tak roku 2009. Tyto epizody byly vybrány proto, že za prvé tvoří reprezentativní vzorek (širší výběr by nepřinesl další poznatky, užší výběr se nezdál dostatečný), za druhé rok 2007 je prvním ročníkem vysílání a nabízí se tedy možnost srovnání a jistý odstup mezi tímto ročníkem a díly o dva roky mladším. Nejnovější ročník 2010 nebyl zahrnut proto, že by nebyl kompletní, protože tato práce teprve v průběhu tohoto roku vzniká. Vzhledem k tomu, že v roce 2009 docházelo k reprizování některých dílů v letních měsících, je zahrnut díl, který byl vysílán již dříve, což ale reprezentativní vzorek neovlivňuje. Jsou tedy analyzovány díly z 8. 1. 2007, 16. 4. 2007, 2. 7. 2007, 8. 10. 2007, 5. 1. 2009, 6. 4. 2009, 6. 7. 2009 a 5. 10. 2009.

Jednou ze základních funkcí záběru je obsahovat význam. Podobně jako v jazyce, kde existují významy příslušející fonémům – fonologické, morfémům – gramatické a slovům – lexikální, ani záběr není jednotným nositelem filmových významů. Významy mají i jednotky o hodně menší – detaily záběru, i o hodně větší – posloupnosti záběrů. Ale i v této hierarchii významů je záběr základním nositelem významů filmového jazyka. Sémantický vztah – vztah znaku k němu označenému jevu – je tu nejzřetelnější.¹³³ Zatímco literatura užívá hotových slov, televizní řeč se zakládá na „mimetických znacích“ a obrazových znacích, které nejsou dány, musí se tvořit. Slovník literatury je dán, slovník televize nikoli. Slova jsou abstraktní, znaky filmu jsou iracionální, konkrétní a měnlivé. Autor filmu či televizního pořadu musí

¹³³ Jurij Michajlovič Lotman. *Semiotika filmu a problémy filmovej estetiky*, str. 38.

předměty vybrat a zařadit do obrazových znaků, tj. volit z prostředí, mimiky, paměti a snů. Poté jim musí dát expresivní kvalitu. Archetypy obrazných znaků jsou obrazy paměti a snů neboli obrazy komunikace s námi samými – odtud jejich subjektivita. Řeč mluvená je očima viděná skutečnost s jejími signalizačními znaky.¹³⁴ V termínech sémantiky je filmové obrazové vyjádření znakem umělým (pravým), s odvozenou vyjadřovací funkcí, znakem zástupným *sensu stricto*, značícím na základě podobnosti – nebo může být i symbolem.¹³⁵ Takovéto obrazové vyjádření doplňuje i ostentativní zobrazení.

Jak již bylo výše uvedeno v charakteristice pořadu, magazín „Q“ je týdeníkem zaměřujícím se především na queer komunitu. Ani ne půlhodinový pořad je rozdělen na několik částí: celému pořadu vždy vévodí určité téma, na které se magazín v daném dílu soustředí, a pomocí prostřihů se k němu vrací. Tyto prostřihy leckdy nabírají až absurdní podobu – například dialog hraček či vyšetření „plodu“ ultrazvukem jednoho z moderátorů (muže) u příležitosti nově vznikajícího pořadu (narodí se Qčko). Součástí pořadu je vždy alespoň jeden rozhovor týkající se queer komunity - ať už s vydavatelem gay časopisu, se zástupci iniciativ podporující registrované partnerství či dalšími osobnostmi queer života jak z České republiky tak i ze zahraničí. Další pravidelnou rubrikou jsou v ročníku 2007 Q tipy, které upozorňovaly na akce, které se týkaly queer komunity, v ročníku 2009 je pak nahradila rubrika Topping a Butch, která učí diváky anglická slovíčka (převážně slangová) z queer komunity a vysvětlují jejich použití.

Ročník 2007 neměl oproti 2009 ustálené rubriky, v rámci tématu se vysílaly převážně reportáže a rozhovory. Prvními díly provázela diváky česko-slovenská moderátorská dvojice (Jan Mig Molič a Mário Bobek), i proto se některé reportáže věnovaly problematice na Slovensku. Jejich režie se ujal slovenský režisér Peter Butko. Celková pravidelná koncepce neexistuje: autoři mají jednotlivé náměty ve svých rukou. Každý dělá díl na téma, které ho zajímá, nebo sám může zpracování tématu navrhnout. Náměty a scénář zastřešuje Janek Růžička, témata a jejich zpracování posuzuje dramaturg Filip Novák.¹³⁶ Střídají se i moderátoři a reportéři – právě podle toho, kdo přišel s jakou myšlenkou, jež byla později realizována.

¹³⁴ Josef Zvěřina, *Znakovost obrazové složky filmu*, str. 78.

¹³⁵ *Ibid.*, str. 103.

¹³⁶ Vlastní rozhovor s jednou z moderátorek pořadu Q, Barbarou Hacsí, jež je v týmu pořadu již od jeho vzniku a kromě jeho moderování i natáčí vlastní reportáže a rozhovory.

5.1 Znělka pořadu

5.1.1 Obrazová složka

V základech filmového jazyka leží naše vnímání světa zrakem. Obrazové (televizní, filmové) vyjádření je vizuálním dílem, tedy mezi jeho základní živly patří tvar, barva a světlo. Dalšími typickými výrazovými složkami jsou prostor, dynamika pohybu a času, a rytmus symetrie a asymetrie.¹³⁷ Záběr není ohraničen jen rámci časové následnosti, má i prostorové hranice. Pro tvůrce jsou to okraje filmového pásu, pro diváky okraje televizní obrazovky. Vše, co se nachází za těmito hranicemi, jakoby neexistovalo.¹³⁸

Pořad „Q“ začíná 25vteřinovou veskrze animovanou znělkou, která sestává ze třinácti různých záběrů/obrazů (viz příloha č. 1). Ty se střídají zhruba po dvou vteřinách, což značí dynamičnost pořadu a rychlý sled. Prostředí znělky není přirozené – i když má představovat reálné prostředí, je pouze uměle vytvořené počítačovou technologií a tudíž zobrazené ikonicky. Počítačová technologie značí modernitu a pokrokovost.

V prvním záběru znělky letí oko ve tvaru vínové kulečnickové koule s bílými křídly směrem k šedé zděné budově s různě svítícími místnostmi (žlutá, modrá) a s fialovým neonovým nápisem QUEER, na pozadí je nebe poseté hvězdami. Jak už bylo zmíněno jako příklad v předchozí kapitole, tmavé nebe s hvězdami jasně určuje dobu, kdy se daný děj (nejen znělky) odehrává: tedy v noci. Neznamená to však, že by se reportáže pořadu týkaly toho, co se děje v noci, ale celkově je pořad vysílaný v pozdních večerních až nočních hodinách, je tedy určen specifickému publiku (tedy ne všem – ne dětem). Výkladů letícího oka bychom našli více. Koule je prativěrem a oko je symbolem poznání. Oko je také oknem do světa (tedy i queer komunity) a zároveň zrcadlem duše. Nejen ve fyzickém smyslu je světlem těla. Stává se symbolem moudrosti a vševědoucnosti¹³⁹ („pořad „Q“ vám sdělí vše, co ještě nevíte“). Křídla jsou pak symbolem beztíže (život bez zátěže kvůli jiné orientaci?). Ježíš také popisoval obraz kvočny, která shromažďovala pod svá křídla kuřátka, tedy tato symbolika může znamenat i snahu ochránit diváky (vyrovnat se s problémy a ochránit je před novými).¹⁴⁰ Zároveň ale v USA existoval na přelomu tisíciletí televizní zábavní pořad, který se jmenoval Queer Eye (for the Straight Guy). Tato show byla založena na stereotypch,

¹³⁷ Josef Zvěřina, *Znakovost obrazové složky filmu*, str. 105.

¹³⁸ Jurij Michajlovič Lotman. *Semiotika filmu a problémy filmovej estetiky*, str. 38.

¹³⁹ Manfred Lurker, *Slovník symbolů*, str. 346 - 347.

¹⁴⁰ *Ibid.*, str. 246.

převážně že gay muži jsou lepší v oblasti módy, stylu, osobní péče, interiérového designu a kultury. V každé epizodě pak tým pěti gay mužů, známý kolektivně jako "Fab Five", prováděl vybraného člověka změnou, takzvaným makebetterem, tedy ne proměnou, ale snahou udělat ho lepším. Tedy tato pětice pomohla vybranému vylepšit šatník, vymalovat domov (správně nakombinovat barvy), nabídla poradenství v oblasti péče o sebe, životního stylu a stravování. Queer Eye je i jméno českého festivalu a značí „jiný pohled“, což je i záměrem jak samotného festivalu tak pořadu „Q“.

Jasně zářící hvězdy na nebi mohou značit budoucnost, zároveň jejich velký počet může symbolizovat, že hvězda svítí pro každého jedince (sledujícího pořad). V tuto chvíli kamera z dálky pozoruje scénu a postupně ji přibližuje a oko sleduje, jde pomalu za ním. Je tak součástí a zároveň pokračovatelem děje. Světlo na ulici (ač umělé: lampy, noc) má být přirozené, nemá tedy budit zvláštní pozornost.

Další záběr specifikuje budovu: okřídlené oko proletí oknem přes oslnivou bílou září do budovy přímo na chodbu laděnou do oranžovočervena, která evokuje hotel nebo činžovní dům. V hale s červenobílými tapetami s květinovými ornamenty je po obou stranách velký počet červených dveří s černým ornamentem/jakýmsi symbolem ve tvaru písmene *A*, nad nimiž jsou umístěny lampy, které chodbu prosvětlují. Písmeno *A* se neobjevuje na dveřích náhodně: první gay bar (buzinec) pro lesby se jmenoval Áčko, navíc v symbolice hlásek dle Ernsta Jüngerera (*Blätter und Steine*, 1934) je *A* výrazem otcovské autority, vlády a moci. Řadí se k němu purpurová barva¹⁴¹. To ostatně dokládá i video – barva písmene není stoprocentně černá, ale právě něco mezi šedou a tmavě fialovou. Purpurová, resp. fialová barva totiž vzniká smíšením mužské červené a ženské modré barvy. V jedné rovině z toho vyplývá, že je to barva pohlavní nevyhraněnosti. Švýcarský psychoterapeut Max Lüscher, jenž vynalezl barvený osobnostní test, uvádí, že fialovou barvu preferují děti před pubertou, debilní děti, homosexuálové a těhotné ženy. Fialová však není takto jednoduchou barvou a má ještě řadu významových rovin. Vyjadřuje také zastřené vzrušení, skryté tajemství, které vyvolává znepokojení. Stejně tak tmavošedá barva má více společného s tmavomodrou barvou a její působení taktéž přináší vzrušení. Je to barva, která reprezentuje hluboké tělesné uspokojení.¹⁴² Co se týče barevnosti a vztahu písmene *A*, byla tedy barva zvolena správně a koresponduje s významem, ale i se zaměřením pořadu: mluví se zde převážně o homosexualitě, je zde určité napětí atd.

¹⁴¹ Manfred Lurker, *Slovník symbolů*, str. 192.

¹⁴² Jitka Vysekalová a kol., *Psychologie reklamy*, str. 85.

Kamera v chodbě sleduje pohyb okřídleného oka, které se houpe ze strany na stranu, jakoby se nemohlo rozhodnout, do kterých dveří nahlédne; stejným způsobem se houpe i kamera – tj. svým přesným sledováním navozuje dojem, že jsme součástí děje. Následuje pět různých shotů, kdy oko nahlíží do jednotlivých místností klíčovou dírkou. Pomyslná kamera je v tuto chvíli umístěná uvnitř oka, všechny záběry tedy máme v rovině, jako kdybychom byli přímo na místě, a grafika a střih jsou uzpůsobeny tak, že máme pocit, že se díváme sami – i následující scény jsou ve tvaru lidského oka (okolí je začerněné). Celá tato část je dobře nasvícená, nejde tedy o žádnou obskurní tajuplnou scénu, světlo zde ale není přírodní, nýbrž umělé. Houpavý nerozhodný pohyb „kamery“ a nazírání do místností může mimo jiné značit i těžké rozhodování co se týče odlišné sexuální identity (kam patřím?) či obtížnost a rozhodování s tím spojené, jak o sobě říci svému okolí (tj. coming out).

V pěti místnostech, kam se oko podívá, jsou znázorněni různí lidé vykonávající odlišné činnosti, u nichž se však aktéři nehýbou: jde o konstantní obraz, až by se dalo říci fotografickou montáž. V **první** místnosti je pohledný mladík v černém tričku hrající na elektrickou kytaru (rocker), který má vlastní pokoj s toutéž červenobílou tapetovanou zdí (červená není moc typická pro muže) polepenou plakáty polonahých mužů (symbolizuje homosexuála, protože heterosexuální chlapec by měl v pokoji stereotypně vylepené spíše ženy či plakáty kapel), v pozadí je postel s rozhozenou přikrývkou (stereotyp – kluci neuklízí, postel jako místo pro možné intimní chvíle); ve **druhé** místnosti – stylizované jako obývací pokoj (pohovka, lampa, závěsy, televize) – jsou dvě ženy v šatech – starající se o novorozeně (dvě ženy starající se o dítě mají v tomto případě symbolizovat lesbický pár; že se jedná o novorozeně, napovídá dětská kolébka; starší typ šatů může evokovat význam dobré matky, která se věnuje především rodině, jak tomu bývalo dříve; bílá barva navíc značí nevinnost a klid /ale také extrém/, novější střih zase modernost, a to i třeba ve smyslu, že lesbický pár by měl mít právo vychovávat dítě); ve **třetí** místnosti najdeme dva mladé muže při úklidu ne příliš nablýskaného bytu, z nichž jeden žehlí a druhý luxuje (s největší pravděpodobností spolu žijící, mají symbolizovat homosexuální pár, navíc vykonávající stereotypně dané „ženské“ práce, stereotypní muž: nepořádník, stereotyp je zde ale vyvrácen úklidem právě), oba mají na sobě barevné slipy (v dnešní době nosí klasické slipy převážně homosexuální jedinci, heterosexuální dávají alespoň dle mladších mužů přednost trenýrkám či boxerům), jeden z nich má na sobě kromě fialových slipů i křiklavě žluté tričko a růžový župan – barvy duhy jsou symbolem gay komunity, dámský (růžový) župan s největší pravděpodobností značí rozdělení rolí ve vztahu – tzv. máma-táta, teoreticky může značit i sklon

k transvestitismu); ve **čtvrté** místnosti, která je s největší pravděpodobností garáží či dílnou, vidíme motorkářku se svítivě oranžovou hlavou, s nalakovanými nehty, v černé kožené bundě a černém v dekoltu prosvítajícím tričku, s cigaretou v puse a s láhví v ruce (mohlo by jít o tzv. butch lesbu či drsoňku či - méně pravděpodobněji - transsexuála; věci jako motorka, dílna plná šroubováků, cigareta s obláčkem dýmu a láhev – nejspíše alkoholu, připomínající fernet - není historicky spjata tolik se ženami jako s muži; nalakované nehty, výstředně nabarvená hlava a odhalené vyzývavé tričko jsou zase záležitosti spíše ženské, na druhou stranu chlapecky ostříhané vlasy nosí častěji lesby než heterosexuálky); **pátá** místnost má být koupelnou, v jejíž vaně relaxuje pár v důchodovém věku (oba mají šedé vlasy), v rukou drží skleničky s vínem, za sebou mají sochu psa a zlatou barvou vymalovanou zeď či zlatý blyštící se závěs připomínající vodopád a před sebou stoleček s láhví šampaňského a jahodami (zlatá barva a šampaňské s jahodami může symbolizovat bohatství, a to nejen finanční, ale i naplněnosti vztahu a lásky, zároveň věk páru může symbolizovat, že láska kvete v každém věku, zlatá barva je navíc symbolem pocitu zářícího štěstí¹⁴³).

Vždy, když se nám v každém záběru představí příslušníci queer skupiny, na konci záběru se jakoby stmívá pozadí (jako když přivíráme oči při mkrnutí, jednotlivý záběr může celkově připomínat zpomalené mrknutí) a ve středu je zaostřeno právě na ony postavy, které jsou centrem dění. Při průhledech klíčovou dírkou je kamera nehybná, záběry na místnosti a lidi uvnitř jsou zblízka a zaostřené – opět zde dochází k pocitu, že jsme součástí události, že se na ni nedíváme z dálky. Světlo je přirozené pokojové, nic kromě hlavních aktérů není víc přisvíceno. Všechny činnosti se navíc opravdu mohou odehrávat večer, některé dokonce stereotypně k večeru patří: relax s hudbou, úklid po práci, uložení dítěte před spaním v noční košili, večerní vana (koupel), příjezd domů z párty na motorce s nedopitou láhví v ruce. Tyto činnosti však samy o sobě nejsou queer, pouze jejich specifikace (viz výše).

Po prohlídce poslední místnosti se okřídlené oko znovu vrací do chodby a vylétá zpět ven oknem, kde se ocitne – stejně jako na začátku – před domem, na němž postupně zhasnou neonová písmena UEER a zůstane pouze Q jakožto název pořadu. Oko poté proletí kamerou a po stříhu se v dalším záběru objevuje letící ve vzduchu z profilu před hotelem, přičemž z nebe v tu dobu spadne hvězda (možnost přání, které se má vyplnit: ať už přijetí heterosexuální většinou, akceptování faktu, že divák je součástí menšiny – jak před sebou, tak před přáteli, rodinou; možná až přání života v opačném těle - transsexualita, ale i „touha“ po

¹⁴³ Jitka Vysekalová a kol., *Psychologie reklamy*, str. 87.

dobré sledovanosti pořadu); téměř až dvě třetiny pravé obrazovky tvoří fialové neonové písmeno Q, které již ale není součástí domu, nýbrž tvoří samostatný grafický prvek a dům s hvězdnou oblohou je pouze jeho pozadím.

Na konci znělky se objeví nápis s názvem epizody, kde každé písmeno je tvořeno jiným fontem. To a předchozí diverzifikace aktérů znělky symbolizuje, že pořad je určen všem bez ohledu na věk, pohlaví, odlišnost od většiny, sociální postavení či sexuální orientaci. Pohyb kamery není ustálen, obrazy za sebou nejdou v typickém sledu zleva doprava, jak je typické pro evropskou kulturu, ale různě se střídají, kamera se pohybuje sem-tam.

Tvarová forma filmového obrazu (stejně jako fotografického či malířského) zahrnuje objemy těles a prostoru. Prostor je tedy definován vztahy objektů, které se v prostoru nacházejí, či perspektivou (lineární, barevnou, světelnou).¹⁴⁴ V této znělce se nachází mnoho předmětů, které se navzájem sobě vymezují, které ohraničují (kromě samotného políčka záběru) prostor, a to ne vždy doslovně objekty, ale například významově dějově. Lineární perspektiva může být ubíhající v pozadí (první záběr na hotel, letící oko, náhled do pokojů atd.), což je nejběžnější perspektivně způsob od doby renesance, nebo obrácená (ve znělce přítomná není). Prostor ale určuje kromě perspektivy i další prvky jako například pohyb kamery či předmětů. Jak již bylo zmíněno výše, v této znělce dochází k pohybu jak kamery (sleduje objekt, přibližuje a oddaluje předměty), tak k pohybu předmětů samotných (letící okřídlené oko). Práce kamery v prostoru dává důraz na objekt, na který se má divák zaměřit. Ve znělce ani v dalších částech pořadu nedochází až na výjimky k neostrosti obrazu: pomyslná kamera vždy zacílení objekt zachytí se stoprocentní ostrostití.

Znělka „Q“ je zajímavá tím, že je zčásti dvojrozměrná a zčásti třírozměrná – v momentě, kdy oko letí, je obraz třírozměrný, když ale „vstoupíme“ do místností, jde o plastický dvojrozměrný obraz, který se vzápětí ztrojrozměrní.

Barevná forma obrazu je jednou z hlavních vyjadřovacích prostředků, což do filmu a televize přichází již z dob malířství. Ač na barevnosti nezáleží věrnost zpodobení skutečnosti (i černobílé vidění světa nám zprostředkovává realitu), je barva významným pomocníkem při sémiologickém dekódování, a to i přes to, že se ve filmu běžně využívají barevné filtry.¹⁴⁵ Znělka je barvně bohatá – převládají fialová (což je i barva pořadu vzhledem k fialovému logu, vysvětlení barvy viz výše), žlutá (světlo), oranžová a červená, což jsou

¹⁴⁴ Josef Zvěřina, *Znakovost obrazové složky filmu*, str. 61-62.

¹⁴⁵ *Ibid.*, str. 62.

dominantní barvy LGBT komunity, již reprezentuje duhová vlajka. Chybí zde ve větší míře pouze modrá a zelená, jež jsou však doplňovány alespoň například v barvě trička chlapce z první scény či modrou obrazovkou televize z druhé. Červená barva je barvou vzrušení, které se může vyjádřit jak v pozitivním smyslu (například láska), tak i v negativním smyslu (zloba). Kromě vzrušivosti působí červená vznešeně. Červené lampy označují místa, kde se nabízí sexuální vzrušení, a už sama barva vzniku tohoto vzrušení napomáhá. Empiricky bylo zjištěno, že červená barva ovlivňuje člověka i po fyziologické stránce – povzbuzuje mimo jiné i sexuální apetenci. Další význam červené barvy je energická akce, změna, přetváření a pronikání vpřed. Vzpouru, převrat, revoluci tato barva symbolizuje zcela logicky (tedy snaha queer komunity o vše předchozí, především o progresi co se týče informovanosti a akceptace okolím). V psychologickém významu červená pozitivně oslovuje toho, kdo je sám silný, plný života, energický a sebevědomý¹⁴⁶ (velká koncentrace červené může být brána jako snaha posílit sebevědomí těch, kteří neprošli coming outem, tedy nesdělili svému okolí svoji „odlišnou“ sexuální orientaci). Z popisu vlastností této barvy tedy musíme uznat, že byla jako hlavní barva znělky zvolena správně: pořad má působit lehce vznešeně (queer nejsou nic méně, než ostatní lidé, ba leckdy se naopak cítí býti něčím více). Ve znělce je patrné, že i na tyto aspekty měl být dán důraz – magazín „Q“ má mimo jiné sloužit k tomu, aby lidé, kteří například neprošli coming outem, mohli díky pořadu snížit napětí, které v sobě mají, i tím, že vědí, že někde jinde jsou lidé, kteří trpí stejnými pocity či nevědí, jak danou situaci řešit (což pořad také leckdy nabízí, např. v dílu 2009 Tranz, kdy je popsán popis plastické operace pro transsexuální jedince). Oranžovočervená barva, která se ve znělce také často vyskytuje, vzniká přimísením žlutí do červené barvy, a její účinky stupňuje. Žlutá barva vzniká mísením spektrálního světla barvy červené a zelené. Žlutou barvou se tedy spojuje vzrušení s napětím, které má tendenci k uvolnění. Žlutá symbolizuje dynamickou pohybovou energii, která vystupuje ven. Používá se ke znázornění slunce, také symbolizuje uvolnění, které nastává bezprostředně po orgasmu. Žlutá také symbolizuje základní lidskou potřebu rozvíjet se. Je v ní naděje, touha po radosti, rozkoši. Tato barva povzbuzuje, působí vesele a otevřeně.¹⁴⁷

Celý let vševědouceho okřídleného queer oka by mohl symbolizovat hledání sebe sama – oko je nerozhodné a neví, kam se uchýlit, což může symbolizovat nejistotu o své sexuální orientaci, pochyby o sobě, pocit, že dotyčný nikam nepatří, a když konečně prohlédne,

¹⁴⁶ Jitka Vysekalová a kol., *Psychologie reklamy*, str. 83 – 84.

¹⁴⁷ *Ibid.*, str. 87.

vylétne oko ven a dočká se potlesku. Další možnou interpretací by mohlo být hledání vědomostí – oko jakožto symbol poznání prolétalo a nahlíželo (tedy zkoumalo a shromažďovalo informace), a když získalo dostatek informací (prošlo celým pořadem), dolétlo do pomyslného cíle. Stejně by se dal – vzhledem k zaměření pořadu – vyložit i jako symbolika letící spermie hledající své vajíčko. Koule vnikne za oslnivého světla do domu a pak hledá, kam by se vrtla, nakonec vyletí ven a v tentýž moment zaznívá speciální efekt v auditivní složce (zvuk připomínající radost, oslavu). Faktem je, že koncem znělky začíná celý pořad – tedy je zárodkem něčeho nového. Zvuk však může také naopak značit „radost“, že koule vylétla zpět ven a že „k ničemu nedošlo“. Interpretací tedy najdeme mnoho, co však bylo tím původním záměrem znělky se nám bohužel nepodařilo zjistit.

5.1.2 Auditivní složka

Český teoretik umění Jan Mukařovský poukazuje na analogickou funkci zvuku, tj. zvuk, relativně zbavený svého zdroje, vytváří iluzi plasticity.¹⁴⁸ Každý audiovizuální text může mít pět úrovní zvuku: mluvené slovo, hudební podklad, speciální efekty, přirozené zvuky v pozadí či ticho. Existuje rozdíl mezi živou konverzací a konverzací zachycenou na záznamové médium. Zatímco přirozená živá konverzace je doprovázena ikonickými znaky jako jsou mimika, gesta a v emocionálnější výpovědi či výpovědi dítěte i prvky hereckého či divadelního projevu, v televizním pořadu či filmu mohou tyto složky chybět (např. osoba, jež promlouvá, vůbec není v záběru). Audiovizuální text se od „živého“ liší i tím, že v čase, kdy se monolog realizuje, do dění aktivně zasahuje vliv ikonických znaků.¹⁴⁹

Znělku tohoto pořadu žádné mluvené slovo nedoprovází, objevuje se pouze hudba, kterou složil Ondřej Anděra, a speciální efekty. Chybí taktéž přirozené zvuky v pozadí a ticho. Vzhledem k tomu, že jednotlivé složky (obraz, zvuk, text) lze od sebe jen těžko oddělit, budeme při zkoumání zvuku připomínat vizuální složku znělky, protože zvuk s ní často koresponduje.

Znělku provází několik hudebních nástrojů, všechny však mají umělý zvuk. Dalo by se tedy říci, že se pořad snaží o modernitu, vzbudit zájem a nebýt nudný pro mladší diváky inklinující k elektronické hudbě. Podkladem znělky jsou bicí, dále zazní elektronická kytara, klávesy s umělými tóny a flétna. První motiv o čtyřech kratších tónech se hned opakuje - tato

¹⁴⁸ Jurij Michajlovič Lotman. *Semiotika filmu a problémy filmové estetiky*, str. 40.

¹⁴⁹ *Ibid.*, str. 52.

část znělky tak trochu značí nerozhodnost, okřídlené oko v tu dobu letí oknem dovnitř a houpe se ze strany na stranu, a přemýšlí, do kterého pokoje zamíří. Následuje delší vyšší tón (když vkročí do pokoje chlapce) a hned po něm tón nižší, taktéž delší (když vejde do pokoje dvou žen). Vysoký a nízký tón může značit jakýsi protiklad, ať už chlapce vs. ženy či gaye vs. lesby. První efekt, který se objevuje ve znělce, je ženský smích, a přichází ve chvíli, kdy se na obrazovce objeví pár uklízejících mladíků (viz výše). Smích může symbolizovat výsměch, protože v obrazové složce dochází k prolomení zažitých stereotypů (neuklízí žena, ale muž, ba dokonce si sami žehlí). V tu dobu zahraje flétna dva vysoké tóny, další dva následují při prostříhu na motorkářku. V momentě, kdy je v záběru starší pár ve vaně, slyšíme jako doprovodný speciální efekt téct vodu. Kdyby nebyly postavy nečinné, mohlo by se jednat o přirozený zvuk pozadí, vzhledem k fotografičnosti scény však zcela jistě jde o speciální efekt. Z hudební složky nás doprovází rozházené tóny kláves, které mají zřejmě připomínat tekoucí vodu (je zde částečná podobnost s Vltavou Bedřicha Smetany, kde ale tutéž roli plní smyčcové nástroje). Dalším speciálním efektem je jakési zvolání davu, vítání letícího okřídleného oka, jako by domem prolétlo a do cíle vletělo jako první. Tento zvuk může značit oslavu nového začátku. Posledním efektem – již bez hudby - je praskání, které zvukově připomíná ohňostroj (ve vizuální složce se ale neobjevuje), též může připomínat zvuk neonu či zářivky, když je rozbitá, každopádně je elektrizující, tj. může vyvolat pocity chvění se a očekávání. Pořad začíná a znělka pokračuje jako podklad pro mluvené slovo.

5.1.3 Textová složka

Slovo je svou základní formou znak zvukový, druhotně jako slovo psané, znak vizuální. Jako znak zvukový má stránku fonetickou (fonémy, intonace atd.) a význam, který je buď denotací, označením, předmětu, nebo vyslovením smyslu. Ve většině případů je ale slovo dějem, není předmětem jako výtvarné dílo. Není také prostorové a pohybové, zato však je v něm důležitá koordináta času.¹⁵⁰ Jazyk umožňuje výměnu informací, pocitů, myšlenek a dalšího pomocí systému a pravidel, která se lidé učí. Stejně jako existuje gramatika pro řeč psanou a mluvenou, existují pravidla i pro různé druhy textů či různé druhy médií.¹⁵¹ Saussure rozlišuje mezi jazykem a mluvou. Jazyk je podle něj sociální institucí složenou z určitých pravidel a konvencí, které nám umožňují mluvit či celkově komunikovat. Naproti tomu každý

¹⁵⁰ Josef Zvěřina, *Znakovost obrazové složky filmu*, str. 104.

¹⁵¹ Arthur Asa Berger, *Media Analyses Techniques*, str. 15.

člověk mluví po svém – jeho mluva je však založena právě na jazyku.¹⁵² U textové složky je nutné ještě zmínit jeden jev: osoba, která mluví a ta, která poslouchá, musí ovládat rodný jazyk (či užitý jazyk) ve stejné míře a tak dobře, že ho při běžném rozhovoru přestane vnímat. Pokud totiž jeden z komunikujících začne jazyk používat neobyčejně, individuálním způsobem, nápadně, umělecky, gramaticky nesprávně; kdy se zajímá nebo nevyslovuje některé zvuky, soustředí se více na formu (auditivní složku), než na obsah sdělovaného. Normální jazyk se v běžné řeči nevnímá: posluchač věnuje svoji pozornost tomu, co je mu sdělováno, a ne tomu, jak se daná informace „vyrábí“, jak je vybírána. O jazyku totiž ví vše a novou informaci o jeho struktuře nečeká a nedostává.¹⁵³ Vzhledem k tomu, že zkoumaný pořad je vysílán českou televizní společností, je ve většině případů v českém (případně slovenském) jazyce, je tedy určen převážně českému publiku, k tomuto jevu by nemělo docházet. Když se objeví reportáže z cizích zemí, jsou vždy otitulkovány, případně přeloženy, všechna cizí slova jsou vysvětlena. Speciální rubrikou ročníku 2009 je Topping a Butch – dvojice anglických gayů, kteří záměrně užívají a vyučují anglická slangová slova používaná komunitou.

Může však dojít k podobnému jevu, jako je neporozumění jazyku: a to v případě, že se na pořad, který vytváří převážně lidé z queer komunity, budou dívat heterosexuální lidé. Je totiž možné, že se jim mluva či použitá slova budou zdát neobyčejná, expresivní, gramaticky nesprávná atd., protože neznají užití kódy. To, co může pro danou komunitu, které je pořad věnován, působit přirozeně, může pro heterosexuální většinu působit opačně. Příkladem je slovo *buzna*, které má pro heterosexuálního člověka negativní nádech, zatímco mezi (převážně mladšími) gayi je používáno běžně a slovo *gay* či *homosexuál* je pro ně umělé.

Pokud však pořad není specificky orientován a i přesto dochází k pochybnostem o obsahu, významu slov atd., je na vině špatná komunikace. Proto je například plusem pořadu, že je tvořen příslušníky queer komunity, protože ti tento jazyk ovládají.

Textová složka znělky není příliš rozsáhlá. Jak již bylo zmíněno, dialogy se ve znělce neobjevují. Jediný text objevující se napříč znělkou je pouze vizuální, ne auditivní. Zprvu na budově svítí nápis QUEER, který značí zaměření pořadu, později zbytek zhasne a zbude nám jen Q, jež je názvem pořadu. Tato výrazová část nemá hlubší podtext. Na konci znělky se objevuje název dílu, jenž má do sebe vždy, když je to jen možné, zapracované písmeno Q, anebo alespoň ono fialové Q svítí jako podklad. Název je tvořen z fialových písmen jiného

¹⁵² Ibid., str. 15.

¹⁵³ Jurij Michajlovič Lotman. *Semiotika filmu a problémy filmovej estetiky*, str. 62.

fontu a velikosti, což může znamenat pestrost a rozmanitost (magazín je určen pro všechny bez rozdílu) a nekonvenčnost (většina pořadů používá jeden typ fontu pro celý název).

Slovo queer je slovo přejaté z angličtiny. Pro ty, kteří tento jazyk neovládají, nepatří do queer komunity či se nezabývají gendrovými studii, se jedná o slovo bezvýznamové. V prvním díle pořadu je však tomuto slovu a jeho vysvětlení věnován prostor: prostřednictvím překladatelky a tlumočnice Dany Hábové, jež dlouhodobě spolupracuje s Českou televizí, se v části nazvané Qurz (snaha o užití písmene jakožto jména pořadu i v jeho jednotlivých částech) dozvídáme, že slovo queer znamená v původním smyslu zvláštní, podivný, podezřelý, pochybný, bizarní, výstřední. Významy jako gay či sexuálně otevřený nabývá slovo spíše v hovorové angličtině. To je ostatně doloženo i anketou mezi cizinci v Praze, kteří jsou rodilými mluvčími ať už z Velké Británie, USA či Austrálie. V Anglii je dokonce podle výpovědi některých rodilých mluvčích slovo queer politicky nekorektní. Dále se dozvídáme, že slovo původně používané jako negativní hodnocení, dostalo význam pozitivní při zdůrazňování toho, co je nekonvenční, nekonformní, mimo hlavní komerční proud.¹⁵⁴

Po celkové analýze znělky, tj. popisu vizuální, auditivní a textuální části a jejich vzájemnému propojení jsme došli k závěru, že tato část reprezentuje queer komunitu v téměř všech jejích ohledech: během 26 vteřin se setkáme s reprezentanty komunity, s činnostmi, které jsou sice také typické pro heterosexuální většinu, ale zde ji vidíme v jiném obsazení rolí. Pomocí symbolů jsme došli k poznání, že znělka vyjadřuje zaměření pořadu jasně a stručně, používá stereotypy vlastní pro cílovou menšinu, neodrazuje však běžného diváka od toho, aby pořad zhlédl i v případě, že je pořad určen jiné cílové skupině. Ze znělky je zřejmé, že tvůrci se nesnaží splynout s heterosexuální většinou, ale naopak chtějí poukázat na odlišnosti své sexuality (či sexuality příjemců pořadu) a nabídnout divákům něco, co na českém trhu zatím nebylo (a stále v podobném duchu není). Znělka neprovokuje, ale ani není mdlá, je barevná a dynamická, neruší (není přepřelácaná hudbou, textem či přílišným pohybem) a nabízí více možností interpretace, což je na jednu stranu určitě správně – své si v ní totiž může najít každý. Jednotlivé části znělky jsou součástí obrazové přílohy.

¹⁵⁴ Česká televize: *Video - Q - TV program* [online]. 8. 1. 2007 [cit. 2010-05-01]. On-line vysílání: Q - Seznámení. Dostupné z WWW: <<http://www.ceskatelevize.cz/program/206562210900001.html?online=1>>.

5.2 Analýza částí pořadu „Q“ následujících bezprostředně po znělce.

Analýza částí mimo hlavní reportáže/rozhovory

Po znělce tvoří následujících 25 až 50 vteřin pořadu (1x 25, 4x 30, 2 x 40, 1 x 50 sec) představení právě vysílaného dílu. Jak již bylo uvedeno výše, pravou – větší – část obrazovky tvořilo v předchozím záběru fialové písmeno Q, které vydává záři podobnou té sluneční – zobrazení okolní fialové barvy je stejné, jako když se například ve večerníčku kreslí svítící slunce (barva zintenzivní a poté se lehce utlumí). Na levé polovině přešel záběr ze znělky do dynamicky sestříhaného sousledu záběrů z reportáží, které budou představeny v pořadu. Tyto záběry se mění po 3 – 5 vteřinách v závislosti na tom, kolik různorodého obrazového materiálu je k dispozici. Na pozadí těchto průměrně 30 vteřin slyšíme hlas moderátora/průvodce či moderátorky/průvodkyně pořadu, jenž reportáže ohlašují a představují či oznamují, proč je ten který umělec významný a jaké je téma pořadu. Je nutné uvést, že tím pořadu „Q“ se zpočátku obměňoval celkem často (nebo někteří autoři jsou upozaděni a někteří naopak v daném díle vystoupí a naopak). Moderátor/reportér v této fázi není vidět. Hlas moderátora dokresluje lehce pozměněná předchozí znělka pořadu, resp. svým způsobem pokračuje, jen je méně nápadná a méně „komplikovaná“ co se týče nástrojů, tónů atd. V momentě, kdy se poprvé objeví mluvené slovo, odletí stále se zmenšující okřídlené oko vzhůru ke hvězdám. Kromě mluveného slova je tedy zvuková složka stejná, jako ve znělce.

Textová část je analyticky komplikovanější, protože doprovází vždy dané téma, a je tudíž odlišná. V této části většinou nedochází k užívání expresivních či jinak zabarvených výrazů, jde o až stroze informativní komentář k reportážím. Mluvené slovo může zaznít kromě češtiny i ve slovenštině, čeština však převládá a i slovenský moderátor (objevující se převážně v ročníku 2007) v této části mluví česky. V této části se však poprvé setkáváme (ač zřídka) se slovy, která jsou příznaková a vlastní queer komunitě, tedy i zde se (kromě námětů) odráží zaměření pořadu.

Poslední pravidelnou částí společnou oběma ročníkům je (kromě závěrečné znělky s titulky) scénka (jakási předehra) před uvedením první reportáže nebo rozhovoru, která nastiňuje téma každého dílu. Na tuto tematickou scénku dále navazují její kratší pokračování (mezihry), která od sebe oddělují jednotlivé reportáže a rozhovory či vědecké duely. Délka úvodní scénky záleží vždy na invenci a na tom, zda jde o strohé uvedení do další části pořadu, nebo parodii či snahu o ozvláštňení pořadu. Tato část tedy může trvat od několika málo vteřin až po více než minutu. Na scéně se v ní poprvé objevují moderátoři: někdy vystupují

v kostýmech v rámci „hry“ pro diváky, jindy v civilu. I civilní oblečení je však u moderátorů velmi neformální, je zde vidět snaha o uvolněnější atmosféru. Někdy moderátoři mluví přímo do kamery, jindy jsou součástí právě se odehrávajícího děje. Ve většině případů je tato část točená v interiérech (jak ve studiu, tak v místě, kde třeba vznikala reportáž), tak v exteriérech; v České republice, na Slovensku i v dalších zemích (např. Velká Británie).

Popsat tuto část není lehké právě kvůli její rozmanitosti: stejně jako je každý díl věnován jinému tématu, tak i provedení uvedení se liší, společné znaky neexistují. Kromě mluveného slova v této části slyšíme pouze přirozené zvuky pozadí: hudební podbarvení či speciální efekty se objevují jen zřídka. Co se týče jazyka, vyskytují se kromě informativně popisných údajů (tj. představení, co bude dál) za užití spisovného jazyka častěji i expresivní výrazy a označení typická pro členy queer komunity jako buzna, teplouš, vykroucenina atd. Právě kromě použití jazyka není tato část jakkoli příznačná, nebudeme se jí tedy ve výzkumu dále hlouběji věnovat.

Pro lepší pochopení uvedeme příklad: celkově první díl je věnován inscenaci porodu pořadu „Q“, kdy v průběhu celého pořadu moderátoři podstupují gynekologická vyšetření, spekulují, zda Qčko bude kluk či holka a poslední scénka končí „porodem“ samotným. Díl s názvem Bedekr je oproti tomu zaměřen na cestování, scénky se odehrávají v letadle, kdy moderátoři lákají na tzv. buzni cestování. V prvním lednovém (2009) pořadu zase moderátorky převlečené za anděly (dozvuk Vánoc) razí heslo, že „lesby jsou větší rebelky než buzny“ a zvou na feministickou demonstraci. Pro představu: oživení úvodní části přináší i díl Hračky a pohádky, kde místo moderátorů vystupují různé hračky a maňásci, jimž propůjčili své hlasy tvůrci pořadu, a v této podobě diskutují. Z „nebe“ mezi hračky (plavající kačenky na alobalu, Růžového pantera, Barbie a další) následně spadne „Ken“ – černoš, který anglicky přizná, že je gay a přiletěl sem, protože se dozvěděl o gay hračkách. Ostatní mu vysvětlují, že v Česku jsou gay hračky pouze v pohádkách a následuje reportáž na toto téma. V posledním zkoumaném dílu, který je věnován transsexualitě, zase moderátorka v mužské roli kutila (na sobě má montérky, je v dílně) navozuje díl tak, že vše se mění, v jedné z meziher vyrábí imitaci penisu pomocí prezervativu, gelu na vlasy a kolíčku na prádlo (aby se dal přichytit).

Na konci roku 2007 také existovala pravidelná rubrika Qulturní tipy, v roce 2009 se vysílal na závěr mnohem zajímavější Topping a Butch, který tvořila dvojice gayů (ne nutně spolu žijících), kteří učili queer komunitu anglická slovíčka (převážně slangová) používaná právě mezi queer jedinci. Ani tyto krátké části však nenesly mnoho společných znaků. Je tedy zřejmé, že tyto části jsou opravdu rozmanité a nenesou mnoho společných prvků – ty se

projevují převážně pouze v případě užitého jazyka a v queer námětu celého dílu (tedy námět samotný není součástí této části pořadu). Proto se budeme v další analýze věnovat raději následujícím částem, které jsou pro samotnou analýzu přínosnější.

5.3 Analýza reportáží/rozhovorů

Po uvedení tématu následuje v každém dílu – jak již bylo řečeno – zhruba pět až šest reportáží či rozhovorů, které však nejsou řazeny podle pravidel. U některého dílu je první částí reportáž, u jiného rozhovor, u dalšího reportáž s rozhovorem uprostřed. Stejně jako tematická uvedení nemají společné prvky, i tyto publicistické části jsou nesourodé. Protože však tvoří páteř programu a není možné jejich analýzu vyloučit pouze pro nesourodost (a stejně tak by nebylo přínosem analyzovat více než čtyřicet reportáží/rozhovorů, protože takto obsažná analýza by nepřinesla nic nového), vybrali jsme tři dle našeho názoru nejrepresentativnější části, na kterých budeme demonstrovat vyznění pořadu.

Tři podrobněji zkoumané reportáže a rozhovory jsou následující: dvojrozhovor s transvestitou a psychoterapeutem o stereotypech na téma těhotný muž (proto, že jde přímo o člena komunity, podává vlastní pohled na věc a stereotypizace a generalizace je pro lidi mimo komunitu příznačná, naopak psychoterapeut do reportáže vkládá jiný pohled), dále rozhovor s šéfredaktorem úspěšného gay magazínu v Londýně (rozhovor byl natočen přímo v cizině a o časopise, jenž s takovýmto zaměřením v té době v ČR ještě neexistoval) a třetí analyzovanou částí je reportáž o plastické operaci pro transsexuální jedince (co všechno musí dívka – reportérka – podstoupit, aby se mohla stát mužem). Tyto části pořadu byly vybrány více méně náhodně, a přitom tak, aby co nejlépe reprezentovaly vyznění pořadu.

5.3.1 Fenomén: Těhotný muž

V rámci nepravidelné rubriky Fenomén jsme vybrali reportáž z vůbec prvního dílu pořadu (z 8. 1. 2007) o těhotných mužích. Na rozdíl od jiných reportáží, i samotná vizuální složka této části napovídá, že jde o pořad zaměřený na nebo přinejmenším referující o menšinách – jedním z účastníků reportáže je totiž transvestita oblečený ve stylu Marilyn Monroe.

Celá reportáž trvá 3 minuty a 7 vteřin. Obrazovou složku tvoří tři různé scény: ateliér, ve kterém je točen rozhovor s Lukášem Landou s uměleckým jménem Julia Landis aka Marylin (dále jen jako Marylin); ukázky z amerického filmu Junior z roku 1994 o prvním těhotném muži na světě Alexi Hessovi (s Arnoldem Schwarzeneggerem v hlavní roli)

a ordinace psychoterapeuta Michala Petra. Jako u každé reportáže je i zde textová složka velmi důležitá – bez ní by totiž nedával pořad význam: divák by viděl pouze mluvící postavy, u kterých by ale nechápal, proč se na obrazovce objevují, a celkové vyznění reportáže pouze z obrazové složky by nepochopil. V analýze tedy budeme popisovat obrazovou složku spolu s textovou částí (resp. tím, co aktéři říkají).

V prvním obrazu reportáže je záběr rozdělen na dvě poloviny. V pravé je zpovídaný Marylin, ve druhé vidíme záda reportéra. Marylin říká: „*První těhotný chlap, který se vyskytne, bude mít milion dolarů, tuším, že byla vyhlášena taková anketa či soutěž*“. Svoji řeč doplňuje typicky ženskými gesty. Marylin je oděný v bílých šatech a bílých botách na podpadku – zde nedochází až tak k symbolice či významu barvy, ale pouze k tomu, že Transvestita Marylin (tedy jedinec, jenž dochází k naplnění tím, že se převléká do šatů ženského pohlaví) jak už bylo zmíněno, se inspiruje Marilyn Monroe, která podobné bílé šaty nosila. I přesto má však bílá barva význam, jenž nelze jen tak opomenout: představuje extrém, je výrazem uvolnění, útěku, absolutní svobodu (možnost převléknout se do dámských šatů je pro transvestitu jakýmsi útekem, ale i svobodu). Bílá také značí nevinnost a nový začátek, čistotu a mír.¹⁵⁵ Marylin sedí před tmavou oprýskanou stěnou na židli – jako žena – s nohou přes nohu, na ruku má dámské šperky, na obličeji výrazné dámské líčení a na hlavě paruku – svou roli „ženy“ tak zvládá dobře. Prostředí ateliéru je temné, proto je užito umělé osvětlení. Následuje stříh a nehybný záběr na psychoterapeuta Petra (vidíme pouze část jeho hlavy, pozadí je nerozeznatelné), který říká: „*Když se řekne chlap, tak spousta lidí vidí chlapa s pivem, anebo jako chlapa, co je manažer, efektivní, emoce moc neřeší, pokud že má problém, tak si ho jde někam vyřešit, ať si jde popovídat s kamarádkama*.“ Vyjmenovává tak stereotypy, které jsou většinou přisuzovány mužskému pohlaví. Když Petr dojde ke slovu „pokud“, jeho hlas stále promlouvá, na pozadí se však místo jeho stínem zahaleného obličeje poprvé objeví scéna (bez zvuku) z filmu Junior: gynekolog v ní právě vyšetřuje ultrazvukem Alexe Hesse a na monitoru společně zkoumají miminko. Při slově „kamarádkama“ je další stříh na Hesse sedícího s největší pravděpodobností v gynekologické čekárně či poradně, klábosícího s dalšími těhotnými ženami (je zde patrná souvislost mezi slovem kamarádka a vizuálem: ženami).

Následuje další stříh, kdy na pozadí Hessův kolega a kamarád (Danny DeVito) hladí jeho těhotné břicho (a v momentě, kdy někdo vejde do místnosti, se oba snaží rychle

¹⁵⁵ Jitka Vysekálová a kol., *Psychologie reklamy*, str. 88.

maskovat situaci) a Petr pokračuje: „*Těhotný chlap však vzbuzuje jiné asociace. Nevím, jak vám, ale když mně se řekne těhotný chlap, tak představím si citlivého, aby byl schopen pečovat, jemného, trpělivého – nemůže se vztekat a běhat tak, jak byl zvyklý.*“ Při slově „asociace“ se střihem opět mění obraz, kdy Hess tvrdě spí a jeho kolegyně a přítelkyně – doktorka Redinová (Emma Thompson) ho odkrývá a pozoruje jeho břicho. Při slově „představím“ objímá Hesse převlečeného za ženu - v růžové noční košili, jeho kamarád, při slově „jemného“ se kruh uzavírá a následují další záběry z gynekologické ordinace a ultrazvuku. Celkově tedy dochází tedy k tomu, že představa těhotného chlapa by se vlastně vůbec neshodovala se stereotypním náhledem na muže, otázkou je, zda vůbec chlap chce-může mít tyto „nechlapské“ vlastnosti. A na to právě navazuje po dalším střihu Marylin: „*Každý z nás polemizoval nad tím – i když na mě se nemůžete teďka koukat, když mám na sobě ženské šaty – ale každý z chlapů polemizoval nad tím, jaký by to bylo, určitě, jaký by to bylo, být těhotnej, a prožít si to mateřství od samýho začátku, jako si to prožívá kdejáká ženská, kdejáká naše vlastně matka, milenka.*“ Kamera je v této části téměř nehybná, občas dojde k jemnému přiblížení a na konci k oddálení, ale pohyb kamery zde – zřejmě pro ozvláštňení – působí neprofesionálně. Vůbec i celé pozadí za Marylin, které máme možnost vidět širěji, působí neprofesionálně, jakoby reportáž byla točená někde ve skladu. Marylin stále sedí na židli ve stejné póze, avšak reportér již v záběru není, celý záběr se soustředí jen na Marylin, protože on je nejdůležitějším aktérem scény. Po oddálení se na scéně objevují technické součásti natáčení jako mikrofon či difuzní deštník.

Dále pokračuje opět Petr, před nímž se poprvé objevují titulky s jeho jménem a profesí, tedy je oficiálně představen (v prvním záběru mluvil jakýsi neidentifikovaný člověk). „*Je to mystérium, co se na to dívám já, a říká se, že ve starých tradicích a kulturách, že se používaly iniciace k cestě do dospělosti, a říká se, že ženy vlastně žádné velké iniciace nepotřebovaly, protože je mají přirozeně: první menstruace, porod, že to jsou brány k bytí. Žena jim opět prostě se otevře tomu tajemství, které se tam nějak děje, a ona tomu důvěřuje trpělivě, a ono se to nějak stane.*“ Poprvé vidíme širší záběr na Petra (stejně jako při druhém záběru na Marylin), který odkrývá pozadí: sedí v modrém křesle, vedle sebe má skříň s knihovnou, stůl – s velkou pravděpodobností se tedy jedná o jeho kancelář či ordinaci. Petr mluví klidně a lehce gestikuluje. Kromě jeho řeči zde neslyšíme jiné zvuky, pouze při zobrazení a zmizení textu se znakem Q se ozve elektrizující zvuk, který se objevil už u znělky. Záběr při Petrových slovech je tedy na jeho postavu, při slově „starých“ se však opět pozadí mění – kamera snímá Marylin, jenž se „odmaskovává“ z ženské zpět na muže

(zní slovo „dospělosti“) – stále sedící, sundává si postupně paruku, náušnice, v dalším záběru šaty do půl těla (u slova „ženy“), při slově „nepotřebovaly“ si na sebe nechává obléct textilní těhotenské břicho, jaké se používá ve filmech pod šaty, u toho je fotografem focena, v záběrech vidíme kromě Marylin opět členy štábu – zvukaře, pomocného asistenta, dále si sundává poslední šperky a nakonec šaty úplně.

Pozadí je velmi členité – vypadá z této strany trochu jak pokoj, ale stále jde o týž oprýskanou „halu“, ve které seděl Marylin předtím (je zde koberec, nějaké skříně, před dalšími skříněmi konstrukce s pozadím¹⁵⁶). Při slově tajemství se záběr kamery vrací stříhem zpět k Petrovi. V další scéně je Marylin v podřepu, s rukama na pomyslném „těhotném“ břichu (za ní je v záběru ve dveřích nějaká osoba v džínách, další známka „neprofesionality“, nepatří tam a vůbec by tam být nemusel) a říká: „*Tady tlačíš na nožičky, žejo, protože ta hlava je tady dole, - v ideálním případě (říká někdo ze štábu) - v ideálním případě (pokračuje Marylin), když nejseš votočenej. Je to těžký pánové, je to těžký.*“ Touto scénou imituje těhotnou ženu a snaží se pomocí fiktivního břicha vcítit do ženy a do toho, jaké to je, být těhotný, nosit dítě, sedět s ním atd. Dále se záběr vrací na hlavu Petra: „*Mít dítě, to je vlastně plod, a něco vyplodit vlastně, něco živého. A zas chlapi maj zas tendenci něco vytvářet, že jo... Firmy, nápady... Mě napadlo, že vlastně je to vlastně principiálně stejné – touha tvořit, a touha dát něco tomu světu, něco sám ze sebe dát dál...*“ Při slově „vytvářet“ je záběr na časopis či knihu, ve které je Marylininou parukou zakrytá fotografie těhotné ženy jako ilustrace nějakého článku, v záběru ji odkryje. Při slově „firmy“ se kamera nejdřív zaměří na vrchol odrazového deštníku a poté stočí na pozadí, před kterým pózuje Marylin s falešným břichem (bez šatů) a nechává se fotografovat, do záběrů vstupuje kromě záblesků světla od fotoaparátu také sám fotograf, který Marylin stylizuje před plátnem, kamera snímá opět vše, včetně mikrofону. Aby nebyl záběr zdlouhavý, střídají se záběry na obličej se snímáním Marylin odspoda nahoru, s celkovým záběrem focení atd. V prvním slově „něco (tomu světu)“ se stříhem záběr vrací na Petra sedícího ve své pracovně.

V další scéně je Marylin znova oblečený jako Marilyn Monroe, sedí na hraně stolu s nohou přes nohu, gestikuluje a říká: „*Mateřství ženu mění a změní stoprocentně. Proč by nemohlo mateřství změnit chlapa?*“ V tuto chvíli se kamera ze stálého záběru přibližuje k objektu, až zabírá Marylin jen od prsou nahoru. Znamená to tedy zaostření na objekt, o němž se nebo jež sám hovoří, důraz na důležitost. Stříhem se opět vracíme k Petrovi: „*Takže*

¹⁵⁶ Pozadí je speciální plátno napnuté na konstrukci, využívá se při fotografování především v ateliéru.

nevím, jestli to, že se znovu obnovuje, nebo že se objevuje tenhle symbol v naší kultuře, jestli není nějaké vyjádření potřeby jako uměnění toho jangu¹⁵⁷ nebo zvýraznění důležitosti té jinovosti, to znamená víc toho prožitku právě, jo, jít z té hlavy do srdce...“ Se slovem „symbol“ se symbolicky vracíme zpět do filmu Junior, kde je Hess připraven k císařskému řezu, jenž je prováděn pouze za lokální anestezie, ve filmu vidíme záběr na Hesse na stole, na obličej jeho kamaráda (DeVita), znovu na detail šťastného obličej Hesse, na samotné jeho dítě čerstvě narozené dítě v rukou zdravotníků a na štěstím plačícího Hesse. V další scéně filmu vyběhává ze dveří šťastný vědec-kamarád a oznamuje: „It's a girl“, tedy že se narodila holčička. (Zvuk filmu je v tuto chvíli opravdu poprvé slyšet). V poslední scéně vidíme šťastný pár – muže s miminkem a jeho přítelkyni. Tyto scény tak mají ilustrovat běžný průběh porodu císařským řezem, jak tomu bývá u ženy, a přesvědčit diváky, že jde o běžnou záležitost i v případě muže, akorát s vyměněnými rolemi. Po slovech „do srdce“ už se nevracíme k Petrovi, ale rovnou stříhem k Marylin, jenž i nadále sedí na kraji stolu, oblečený jako žena, a říká: „*My ženy jsme v parlamentu, dokonce i, od dvacátého století, že...*“ (Gestikuluje a zdůrazňuje dále:) *Někam se to ještě nedostalo, máme výhodu, hlavně my ... Američanky, ... hovořící česky, ... dobře... Madeleine Albrightová.*“ Mezi slovy dělá dlouhé pauzy. Při slovech „my, Američanky“ si upravuje šaty a zvětšuje výstřih, v obličejí se lehce zasní. Chce tím zřejmě dát najevo svoji ženskost a možná i touhu, být opravdu alespoň na chvíli onou slavnou Američankou. „*Myslíš, že přichází století žen?*“ ozývá se od reportéra. Záběr pokračuje na obličej Marylin, který se zamyslí a říká: „*To už je tu dávno, teď přichází století těhotných mužů.*“

Reportáž nám tedy celkově ukazuje, jak – pokud jednou přijde jakási revoluce v medicíně – je mužské těhotenství pouze stereotypem a že existuje možnost, že by tomu mohlo být i jinak. I přes to, že psychoterapeut zpochybňuje, zda by těhotný muž vůbec ještě byl tím typickým mužem, protože by se musely změnit jeho emoce, transvestitní muž si těhotenství dokáže představit, i když přiznává, že jde o nelehkou úlohu. Celá reportáž je zajímavě prostříhaná i co se týče záběrů z filmu Junior, který o stejném problému pojednává, avšak bohužel například prostory, kde je její část točena (s Marylin) působí lacině na

¹⁵⁷ Koncept Jin a Jang má původ v dávné čínské filosofii a popisuje dvě navzájem opačné a doplňující se síly, které se nacházejí v každé živé i neživé části vesmíru. Jang je světlejší element; působí vesele, aktivně, světle, mužsky a koresponduje se dnem. Jang je často symbolizovaný ohněm a větrem. Jin (ženskost, tma, pasivní síla) a Jang (mužská, světlá, tvořivá síla) jsou popisem doplňujících se opaků a nejsou absolutní. In: *FILIT: Otvorená filozofická encyklopédia* [online]. 1999 [cit. 2010-04-25]. Fvu: Učenie o jing a jang. Dostupné z WWW: <http://ii.fmph.uniba.sk/~filit/fvu/ucenie_o_jin_a_jang.html>.

neprofesionálně, což ubírá na jejím vyznění – trochu tak jakoby říká: lidi, neberte nás vážně, což je určitě škoda, protože to s největší pravděpodobností nebyl záměr, a to i přes to, že jde o pouhou hypotézu „Jaké by to bylo, kdyby...“.

Jak již bylo zmíněno výše, kromě zvuků reportéra, Marylin a Petra chybí ostatní tři složky: hudba na pozadí, přirozené zvuky pozadí a speciální efekty. Ty se vyskytují pouze v momentě, kdy se objeví text – představení aktérů. Světlo je v obou případech užito umělé, v případě Petra umělé dohromady s přirozeným, v případě Marylin je užito hodně dosvícení a blesku při focení. Barvy v této reportáži nehrají roli, ilustračně není vypíchnuta žádná barva.

Jazyk Marylin se liší od jazyka Petra: zatímco Marylin mluví přirozeně, s užitím obecné češtiny, Petr místy vklouzává do své role profesionála (lékaře), používá více jazyk spisovný. Co se týče konstrukce vět – tedy mluvy „naživo“, věty tvořené Marylin jsou syntakticky vyspělejší než Petra, jehož pořadí slov nebo skloňování občas nedává v psané formě smysl. Ani jeden z aktérů nepoužívá slova příznaková pro queer komunitu, ale významově se samozřejmě queer komunitě věnují.

Z námětu pořadu je jasné, že tato reportáž je příznaková pro queer skupinu (i když i některé heterosexuální ženy by si zřejmě přály, aby dítě za ně odnosil muž, málokterý heterosexuální muž by se zřejmě do těhotenství dobrovolně hrnul). Využití transvestity jakožto potenciálního těhotného muže je zajímavým prvkem (může zahrát jak mužskou stranu, tak se lépe vcítit do ženy, zajímavé je i pojatá stylizace muže s polštářem), stejně tak využití filmu Junior, avšak celkové zpracování reportáže nevyužívá žádné ozvlášťující prvky (záběry kamery, barva světla, zvukové podkreslení atd.), které by se vymykalo pravidlům klasické reportáže. Fotografické ukázky z reportáže jsou součástí obrazové přílohy.

5.3.2 RozQovor: Attitude

Druhým nejrozšířenějším žánrem v pořadu Q je po reportáži rozhovor. Vybrali jsme rozhovor z Londýna s Matthewem Toddem, šéfredaktorem proslulého britského lifestyleového magazínu pro muže Attitude, který byl odvysílán 6. 7. 2009, a to právě kvůli jeho dvojnásobně příznačnému námětu: jde o rozhovor s gay šéfredaktorem o gay časopisu.

Rozhovor trvá 5 minut a 43 vteřin. Obrazovou složku tvoří jedna scéna s dotazovaným, která se střídá s fotografiemi obálek časopisu a s ukázkami reportáží či jiných fotografických částí. Obrazově – co se týče záběrů na Todda, není rozmanitá, pestrost ale dodávají právě obálky časopisů. Na pozadí rozhovoru slyšíme původní znění, protože

rozhovor je přeložený do češtiny a otitulkovaný. Autor rozhovoru klade otázky minimálně, resp. jsou z výsledku ve většině vystříhané tam, kde existuje možnost porozumění.

Šéfredaktor Attitude Matthew Todd stojí při rozhovoru na neznámé londýnské ulici, která ani nevypadá jako typická londýnská, ani v pozadí za sebou nemá budovy typické pro tuto metropoli. Po levé straně ubíhá vysoká betonová zeď, která odděluje areál budovy od ulice. Na samém konci ulice stojí moderní prosklená budova, před níž je vysazen listnatý strom. Na pravé straně se tyčí taktéž budova s mnoha okny – místo tak připomíná kancelářský komplex, možná i místo, kde sídlí redakce časopisu. Todd má na sobě růžové tričko, které je mnohem typičtější pro gay komunitu, než pro heterosexuály. Gayové mají růžovou barvu rádi a naopak, když si heterosexuální muž vezme na sebe růžovou, sklídí (hloupé) posměšky za to, že je buzna. I proto se dá říci, že růžové tričko samo o sobě stereotypně „zaškatulkovává“ muže do gay komunity. Růžová barva vzniká přidáním bílé barvy do červené. Bílá je přitom osvobozující a červená se upíná k určitému cíli, kam směřuje svoji energii – bílá ji osvobozuje a poskytuje větší prostor. V růžové barvě je zahrnuta volnost a zároveň energie – něžná aktivita.¹⁵⁸ Růžová tedy značí jakousi snahu o získání stejné volnosti (vyjádření) homosexuálů a zároveň dodává energii, kterou je k dosažení tohoto cíle zapotřebí.

Při prvním záběru na Todda se – stejně jako v první reportáži – objevují titulky se jménem a funkcí, doprovázen typickým elektrizujícím zvukem. V momentě, kdy banner zmizí, objeví se první titulky (překlad rozhovoru). Todd na úvod představuje magazín, kterému šéfuje, kamera ho zabírá od pasu nahoru a lehce se kýve zleva doprava a zpět. *„Attitude je nejprodávanější časopis svého druhu v Evropě. Začal vycházet v roce 1994 a od začátku jsme chtěli, aby ho mohli číst i heteráci – aby je neděsil, nebyly tam kraviny a nebyl komerčně závislý na gay scéně, takže jsme mohli kritizovat věci, které si kritiku zasloužily. Zároveň jsme cílili na celebrity a v roce 1994 nebylo mnoho celebrit, které by se chtěly ukazovat v čistě gay časáku.“* Po této úvodní části následuje první střih, kdy se na černém pozadí postupně objevují obálky časopisu, na pozadí pokračuje hlas Todda: *„Takže jsme měli všechny – od Madonny přes Davida Beckhama až třeba k Tony Blairovi, který nám taky dal rozhovor. Není mnoho slavných lidí, s nimiž bychom nepřinesli rozhovor. Gayové konzumují média stejně jako heteráci...“*

První obálka je věnovaná slavnému fotbalistovi Davidu Beckahmovi, následuje Madonna, Elton John s partnerem Davidem Furnishem, Kylie (Minogue). V momentě, kdy

¹⁵⁸ Jitka Vysekálová a kol., *Psychologie reklamy*, str. 84.

zazní slovo „stejně“, vrací se záběr zpět na Todda, jenž vysvětluje (pohyb kamery i pozadí zůstává nezměněné): „*Takže pokud je David Beckham mediální ikona, chceme ho mít. Je hodně heterosexuálních hvězd, které mají naši čtenáři rádi a zajímají se o ně. A pak jsme měli spoustu lidí prostě proto, že jsou atraktivní. A je nám jedno, jestli jsou gay nebo hetero. Pochopitelně je gay hvězd méně, než těch heterosexuálních. Takže tu bude vždycky dost heteráků, o kterých budeme psát.*“ Ve chvíli, kdy zazní, že „gay hvězd je méně“, objeví se opět obálka, tentokrát s Heathem Ledgerem, který hrál ve filmu Zkrocená hora (Brokeback mountain) jednoho z homosexuálních cowboyů. Dalším na obálce je frontman americké kapely Scissor Sisters Jake Shears s vyzývavě rozhalenou košilí, americká skupina Take That či velšský televizní hlasatel, moderátor a herec Steve Jones svlečený do půl těla¹⁵⁹.

Do toho zaznívá první reportérova otázka: „*Takže pokud se o mě má Attitude zajímat, musím být slavný, krásný a zajímat se o módu?*“ Na konci otázky se vrací záběr opět na Todda. Kamera se tentokrát více soustředí na něj, na pozadí vidíme už pouze zeď. „*Ne, to není nutné. Nevyhýbáme se nikomu. V roce 1999 jsme vydali naše první „nahaté“ číslo, do kterého jsme nafotili spoustu normálně vypadajících gayů. Jeden z nich měl velkou nadváhu a druhý psoriázu na kůži...*“ Na pozadí se v tomto momentě objevuje černobílá fotografie onoho gaye s nadváhou, jenž byl vyfocen jako král se šerpou „Beat Beauty“, tedy „Poražme krásu“. Todd na pozadí této fotografie pokračuje: „*Rozhodně nechceme být „fašisti krásného těla“.* Jiná věc je, že pokud máte na obálce někoho atraktivního, lidi běží a časák si koupí.“ Se slovy „fašisti krásného těla“ následuje další fotografie z časopisu, tentokrát k sekci culture (kultura), na níž jsou dva muži v důchodovém věku. Se slovem „atraktivního“ se obraz opět mění, na fotografii je vysportovaný mladík odhalující své tělo. „*Ale ne, nemusíš být nádherný, aby ses objevil v Attitude.*“ Následuje strana se čtyřmi muži, kteří jsou nazí a své přirození si zakrývají zřejmě fotografií něčeho jiného.¹⁶⁰ „*Jestli se nestydíš sundat triko, jsi v časopise vítán...*“ pokračuje směrem k reportérovi Todd. Ten se opět objevuje na obrazovce, kamera ho snímá pouze se zdí na pozadí. Nejdříve je v levé třetině záběru, postupně se posouvá směrem do středu, doleva a zpět. Reportér pokládá další otázku: *Je někdo známý, slavný, zajímavý, kdo odmítl a stále odmítá rozhovor?* Todd odpovídá: *Pár lidí už nás odmítlo. Většinou jsou to sportovní hvězdy, kde je to pořád ještě tabu. Jeden velmi slavný fotbalista, kterému jsme nedávno nabídli obálku, řekl, že to neudělá. To bylo docela překvapení, většinou*

¹⁵⁹ Vzhledem k tomu, že je tento moderátor heterosexuální s pověstí „milovníka žen“, vyvolaly jeho fotografie pro Attitude vlnu negativních i pozitivních ohlasů.

¹⁶⁰ Pro velmi nízkou kvalitu streamovaného pořadu v archivu ČT nebylo možné rozpoznat, co muži v ruce opravdu drží.

jejich agenti lžou, že dotyční nemají čas, nebo najdou jinou výmluvu. On ale rovnou řekl, že v Attitude být nechce.“ Reportér reaguje: „Je gay nebo heterák?“ Todd odpovídá: „Pokud vím, tak heterák. Myslím, že jo. Většina souhlasí. Není moc takových, co odmítnou.“

V následující části, jakési mezihře, si můžeme prohlédnout další obálky Attitude, např. Dominica Coopera, jenž hrál ve filmu Mamma Mia!, Christinu Aguileru, či švédského fotbalového záložníka Freddieho Ljungberga. Na pozadí neslyšíme Toddův hlas, ale elektronické tóny připomínající xylofon a tím tak trochu i kapky deště dopadající na zem (na předposlední obálce je muž sedící na židli, za ním na pozadí je padající voda), celkově echo zvuku připomíná potrubí, některé z tónů žblunknutí. Tyto tóny zasahují i do další pasáže, avšak nepřehluší přirozené prostředí/zvuky ulice.

Po této „mezihře“ následuje další otázka reportéra: „Jste opravdu gay časák? Slovo queer se k vám nehodí?“ Todd odpovídá¹⁶¹ (kamera už ho opět zabírá i s celou ulicí): „V Británii se termín „queer“ pořád přetřásá... My jsme časopis pro gay muže, i když nás čte i hodně leseb.“ Až u slova muže končí hudební podkreslení, dále slyšíme jen přirozené zvuky ulice: „Od té doby, co jsem šéfredaktor, snažíme se být otevřenější celé gay komunitě. Ale o výrazu „queer“ se diskutuje. Jsou lidé, co ho mají rádi, jiní zas ne. My se na to snažíme reagovat,“ vysvětluje Todd. Záběr se opět mění na další ukázky stran časopisu, převážně z reportáží. „Proč si myslíš, že gay časopis může být tak úspěšný a přitom neexistuje podobně úspěšný lesbický časák?“, ptá se reportér. Středem obrazu se opět po střihu stává Todd a opravuje reportéra: „Je tu „Diva“, to je velmi úspěšný časopis pro gay ženy. To je věčná otázka, proč jsou lesby vidět méně. Právě připravujeme portréty mocných a úspěšných gay mužů. A jsou jich desítky. Zatímco mezi slavnými britskými ženami jsou jen dvě, tři přiznané lesby. Vypadá to, že lesby moc vidět nejsou. Nevím vlastně, proč tomu tak je.“

Následuje další „mezihra“, ve které zní stejné tóny a dynamicky se v ní mění osm stran časopisu, vždy po zhruba dvou taktech (osmi tónech). Nejsou zde ale jen fotografie mužů či typicky gay témata, ale i například reportáž o drogách (cigareta jako symbol tabáku, list konopí jako symbol marihuany, lysohlávky, pilulky, muchomůrka) či upoutávka na druhou řadu seriálu Six Feet Under¹⁶², v níž ale využili jazykovou hříčku. Stejně jako po předchozí „mezihře“, i nyní tóny pokračují do vyprávění Todda. „V 80. a 90. letech byla kultura hodně komerční a konzumní. My jsme lifestyleový časopis, který se řídí módou.“

¹⁶¹ Podobnou odpověď měli v prvním analyzovaném dílu i britští turisté při anketě, co jim říká slovo queer, viz výše.

¹⁶² Six Feet Under je seriál společnosti HBO, v ČR se vysílal na ČT2 pod názvem Odpočívaj v pokoji.

Ukazujeme příjemné stránky života.“ Tóny skončí, Todd nerušeně pokračuje: „*Ale zároveň bychom chtěli dovést čtenáře k zamyšlení. Výzev a velkých témat je hodně a my chceme být součástí toho, co se ve světě dnes děje. V tom můžeme být čtenářům nápomocní.*“ Na pozadí se od slova „zamyšlení“ opět vyskytují další ukázky reportáží. „*Jestli jsou témata, o kterých jsme ještě nepsali?* (stočí se obraz zpět na Todda) *Nemyslím si. Už jsme psali o všem! Pořád se dějí nové věci a objevují se nové pohledy na ty staré. Třeba globální oteplování je podle mě problém, který ovlivní gay lidi na celém světě. Samozřejmě bude mít vliv na všechny, ale když se podíváte do historie, pokaždé, když kolabovala ekonomika, dostávaly se k moci síly extrémní pravice. A podle mě si gay komunita ještě bohužel neuvědomila, že globální oteplování bude pro nás velká zkouška a že jeho následky pocítíme ostřeji a dříve, než ostatní. To mi leží na srdci a chci, aby se o tom lidi dozvěděli.*“ Následují poslední ukázky z časopisu: „*S tím, jak se gay kultura měnila a vyvíjela, začali se lidé hlouběji zajímat o nová témata* (kamera opět zabírá Todda) – *třeba právě o změny klimatu, které dělají starosti mně. Takže chci rozšířit pole působnosti našeho časopisu a ukázat, že fakt, že jsme gay je sice podstatná část našeho života, ale není jediná. A že je spousta dalších věcí, o které je třeba se zajímat a mít je na srdci.*“

Z rozhovoru s Matthewem Toddem je zřejmé, že je opravdu zaměřen na queer komunitu. Vizuální složka je těkavá – když kamera zabírá šéfredaktora časopisu, její obraz není ustálený, chvílemi působí dokonce roztřeseně – nabízí se tedy možnost, že rozhovor byl točen přímo reportérem (není vidět na záběru, když klade otázky, zvuk je jiný a jiné kvality, než když mluví dotazovaný), který měl kameru v ruce a chvílemi u rozhovoru přešlapoval. Sice není obraz strnule nudný, ale na druhou stranu působí – stejně jako u první rozebírané reportáže pořízené o dva a půl roku dříve – neprofesionálním dojmem, pohybu kamery je totiž zbytečně mnoho. Tento prvek se vyskytl ve všech třech hlouběji zkoumaných reportážích-rozhovorech.

Obálky časopisu, které prostřihávají rozhovor a tím ho tak umně oživují, byly zvoleny správně – v určitých pasážích korespondují přímo či nepřímo s mluveným slovem, jindy ilustrují situaci či pouze vzbuzují svou různorodostí určité představy o tom, jak magazín, o kterém se celou dobu mluví, vypadá. Jsou vybrány dobře i co se týče barevné pestrosti: od těch nejzajímavějších, barevných a komplikovaných, po jednodušší, černobílé. Jsou zastoupeny portréty, reportáže i fotoreportáže i zpravodajsky pojaté texty, dochází tak k žánrové pestrosti.

Video rozhovoru obsahuje všechny čtyři části auditivní složky: mluvené slovo, hudební podklad a přirozené zvuky v pozadí. Mluvené slovo zde provází téměř celý rozhovor, přerušen je pouze již výše zmíněným hudebním podkladem v „mezihře“, která prostupuje zpět k mluvenému slovu. Vzhledem k tomu, že rozhovor byl natočen v (rušném) městě, přirozené zvuky provází celé mluvené slovo docela výrazně: kromě běžného městského šumu je slyšet troubení aut či lehké šustění listů stromu ve větru. Z hlasu dotazovaného je slyšet, že mluví uvolněně, nenuceně – dodává to interview jistý klid, odlehčenost. Fakt, že mluví plynule a srozumitelně značí, že má vyšší vzdělání (u angličtiny toto platí dvojnásob, rozdíl mezi „vyšší angličtinou“ a mluvou nižších tříd jsou patrnější, než např. v českém jazyce). Speciální efekty se objevují pouze na začátku interview titulků.

Překlad (titulky) nejsou špatně udělané – občas dochází ke zjednodušení obsahu či přizpůsobení výrazů češtině, jindy naopak dochází k nepatrnému nedorozumění co se týče významu slova gay. Zatímco v češtině se užívá pouze pro homosexuály – muže, v anglofonních zemích jde o označení pro homosexuály i lesby. Překlad užívá – zřejmě pro větší atraktivitu – nespisovných a slangových výrazů jako časák či heterák. Vzhledem k tomu, že originální verze je v jiném jazyce a divákovi je nabízen překlad, je bez znalosti původního jazyka obtížné hodnotit textovou složku a drobné nuance v ní jako například hovorovost či užívání určitých výrazů. Překlad totiž již nabízí interpretaci původního textu. Další je použití slangových výrazů v cizí řeči, které nemusí ovládat ani ten, kdo tento jazyk ovládá ve vysoké míře. Stejně jako v předchozích reportážích však ani dotazující se ani dotazovaný nevybočovali ze základních pravidel lidské konverzace. Fotografie obálek magazínu i části pořadu jsou taktéž součástí obrazové přílohy.

5.3.3 Reportáž: Tranz (a změna pohlaví)

Poslední reprezentativní zkoumanou částí pořadu „Q“ je reportáž popisující postup a okolnosti změny pohlaví. Tuto část jsme vybrali, protože se netýká pouze gayů či transvestitů, ale i další části queer skupiny, tedy transsexuálů. Reportérka se staví do role transsexuála, který by si přál změnit pohlaví z ženského na mužské. Reportáž díky rozhovoru s gynekoložkou MUDr. Pavlínou Marešovou vysvětluje, co všechno žena musí při přeměně podstoupit. Tato reportáž byla odvysílána 5. října 2009.

Reportáž je dlouhá přesně čtyři minuty. Obrazovou složku tvoří dvě různé scény, které ilustrují textovou část – ordinaci, kam přijde reportérka na první konzultaci, a záběry z filmu

*Ted' jsem to konečně já.*¹⁶³ Záběry, které byly pořízeny v ordinaci, nezabírají pouze onen prostor a reportérku konzultující s lékařkou, ale i vybavení ordinace zblízka – například plakát či odbornou knihu s fotografiemi. Ordinace působí přirozeným dojmem – není sterilně čistá ani neuklizená. Ženy sedí při rozhovoru vedle sebe, nedochází tak k vytváření jakési bariéry a rozhovor tak může být uvolněnější.

„*Dobrý den, já jsem tady na to předělání,*“ vchází do ordinace reportérka. Má na sobě černé tričko a džíny, na hlavě krátké vlasy: celkově tedy vypadá pohlavně nepříznakově. Gynekoložka (ve světle modrém chirurgickém tričku) vstane v okamžiku, kdy reportérka vchází do dveří, ze židle, příjemně přicházející osloví („*Dobrý den, posad'te se u nás*“), podá jí ruku a navodí tak uvolněnější atmosféru. Podáním ruky a vstáním dává také najevo, že s příchozí bude jednat jako se sobě rovnou, gestem doprovází mluvené slovo a ukazuje, že se má dotyčná posadit vedle ní. Reportérka poslechne a slušně odpoví, usadí se a zároveň pokračuje přímo k jádru věci: „*Děkuju, děkuju. Tak prosím vás, jak dlouho to bude trvat? Můžu... Stačí mi na to jeden den? Bude to jenom fiky-fik?*“ Ženy se dívají jedna druhé do očí, čímž si projevují vzájemný respekt, jejich židle jsou ale vedle sebe, ne naproti, takže nějakou bariéru (potažmo odstup) od sebe mají. Reportérka se na konci fráze lehce zarazí, znejistí. „*Myslíte jenom vlastní operace?*“, ujistňuje se lékařka. „*Ano,*“ odpovídá moderátorka a stejně, jako by byl nervózní člověk, jenž chce změnit pohlaví, i ona se nervózně pohupuje na židli, vrtí, hraje si s rukama atd. Lékařka jí odpovídá klidně, s rozmyslem: „*Vlastní operace v podstatě trvá jen kolem hodiny. V nemocnici budete tři, čtyři dny, celková rekonvalescence počítejte dva až čtyři týdny, podle toho, jak se budete cítit, podle toho, jaký typ operace zvolíme.*“ „*Takže přijdu jako žena a odejdu jako muž?*“, pokračuje ve zvědavém dotazování reportérka (která s největší pravděpodobností odpověď zná předem, ale musí se zeptat na všechno, podrobně, aby reportáž byla pro diváky, které tyto znalosti ještě nemají, přínosem), naslouchá pozorně, ale je na ní vidět mírná nervozita. „*Podle toho, jak to berete, přijdete (smích) s dělohou, vejcovody a vaječníky, odejdete bez nich,*“ pokračuje lékařka.

Stříhem se dostáváme v reportáži dál - lékařka mimo záběr vstane a přesune se k nástěnnému výukovému plakátu s obrázkem ženského reprodukčního systému. Obraz se soustředí převážně na ni a na obsah plakátu. Vezme do ruky propisovací tužku a s pomocí ukazování na jednotlivé části (tedy spojení obrazu a slova, které je tímto zdůrazněno)

¹⁶³ Film Petra Kaňky z roku 2006 sleduje několik lidí, kteří žijí v těle opačného pohlaví, tedy jsou transsexuální. Během 28 minut seznámí dokument diváky osudy lidí, kteří buď již podstoupili změnu pohlaví, nebo se k ní chystají. Odhaluje jak jejich veřejný život, tak soukromí. Odehrává se jak v domově, tak na skupinové terapii či ve věznicích. Na dokumentu spolupracovala i známá a uznávaná psycholožka a sexuoložka Hana Fífková.

vysvětluje: „*Odstraníme dělohu (ukáže), vejcovody, (ukáže) vaječníky (ukáže), laparoskopickou cestou oddělíme od pochvy (ukáže místo přehrazení), která se zašije a končí slepě.*“ Od počátku celou reportáž podkresluje dynamická elektronická hudba, která je ale tak málo zdůrazněna, že si jí na první zhlédnutí videa vůbec nemusíte všimnout. Když však ženy konverzaci přeruší, objeví se první záběry dokumentu Petra Kaňky *Ted' jsem to konečně já.* Hudba vstupuje do popředí a zesílí, pozadí dokumentu, tj. jeho vlastní zvuk, neslyšíme. V prvním obraze vidíme v širokém plánu záběr na operační sál, kolem nějž je shromážděna skupina zdravotníků. O něčem se baví, gestikulují. Následující záběr zblízka zabírá pacienta, jenž leží na operačním stole, zatím stále při vědomí. Dále následují záběry z filmu, zatímco slyšíme opět hlas reportérky s dalším dotazem: „*Můžu se zeptat, ty vaječníky zmrazit, kdybych je chtěla třeba potom použít později, na to abych měla vlastní děti?*“ Na obraze vidíme záběr zblízka na světla nemocničního sálu, další záběr ukazuje pohyb operačního stolu, jeho rotaci. Celé nemocniční prostředí působí velmi nevlídně – je zelenožluté, tmavé, světelnost je mnohem méně intenzivní, vyvolává negativní pocity. „*To je dost diskutabilní, v podstatě vaječníky jako takový vajíčka se samy mrazit nedají,*“ pokračuje lékařka a s jejími slovy se na obrazovce objevují připravující se zdravotníci na chirurgický výkon – nandávají si navzájem sterilní rukavice, přistupují ke stolu.

Další záběr se vrací zpět ke stolu, kde již opět sedí reportérka a gynekoložka stejně jako v úvodu. „*U-hm, takže ze mě tatínek už nebude pravděpodobně,*“ ptá se, s levou rukou před ústy, čímž může vyjadřovat strach z odpovědi, která se jí právě dostane. „*Tatínek z vás bude, samozřejmě, po změně pohlaví se můžete normálně voženit, což náš stát umožňuje, například vod jiných evropských států, a samozřejmě se svou partnerkou podstoupíte umělé oplodnění,*“ vysvětluje lékařka a na obličejí reportérky je vidět pookřání a lehký úsměv. Záběr se opět mění na ukázky z Kaňkova dokumentu od slova „voženit“: nejdříve přichází záběr na monitorovací systém, při slovech „na rozdíl“ následuje další střih s intubací pacienta, kdy se nejdříve kamera soustředí na samotného pacienta a poté pomalu střed zájmu přechází na lékařku, jež intubaci prováděla. U slova „oplodnění“ následuje další střih – kamera snímá operační stůl z pozice pacienta – vidíme jeho roztažené nohy, jež jsou překryty zelenou sterilní látkou, a chirurg poprvé bere do ruky skalpel. Dalším střihem se vracíme zpět do ordinace: „*Já samozřejmě teda nebudu schopna reprodukovat se, protože nebudu tvořit spermie...*“ gestikuluje reportérka, hlasem neklesá, a zatímco lékařka přikyvuje jejím slovům a odpoví „*Ano*“, reportérka navazuje „*... ale jinak ten můj penis bude plně funkční?*“ Při slově penis se kamera soustředí jen na reportérku, lékařka postupně ze záběru zcela zmizela.

Stříhem se obraz vrací na záběr obou dvou, lékařka již však má k dispozici na stole knihu, z níž ukazuje fotografie stádia operace tzv. výroby penisu. „*Ne, nebude plně funkční. Je to v podstatě, že když jste oblečenej ve slipech, v plavkách, vypadáte zcela normálně, nikde se nic nehejbe... Zase málokdy... Někdy se do toho ta urethra podaří - tedy ta močová trubice – zaimplantovat, někdy v podstatě zůstává skryta jakoby pod tím penisem normálně, tak jak je anatomicky daná, a vy se prostě naučíte to, vo co vám jde nejvíc, to znamená močit ve stoje.*“ Kamera v tuto chvíli zabírá knižní dokumentaci, postupně přechází od jednoho obrázku ke druhému (či od setu obrázků k jinému setu). U slova „zase“ se kamera vrací k předchozí scéně a zabírá dvě komunikující ženy nad knihou. Lékařka s pomocí propisovací tužky jakožto ukazovátka prezentuje operační postup, reportérka střídavě hledí do knihy a do očí lékařky. U slov „a vy se“ se záběr opět vrací na fotografie z knihy, zde však předbíhá textovou část. Zatímco ženy se baví o možnosti močení ve stoje, fotografie ukazují zjizvenou část předloktí, k vysvětlení však dochází až později. Až pohybem kamery se od předloktí dostanou k ilustraci nově zavedené močové trubice.

Dalším záběrem se opět vracíme do ordinace. „*A jak na tom bude můj sexuální život, budu schopná dosáhnout orgasmu?*“,“ zajímá se reportérka a zde vypadne na moment z role: zatímco celou dobu vystupovala jako muž s ženským tělem toužící po fyziologické změně na muže, užívající rod mužský, zeptá se zde jako žena. Lékařka však pohotově reaguje, s úsměvem: „*Budete schopný dosáhnout orgasmu, protože v podstatě většina našich klientů nikdy koitus neprožila, když, tak ženy kdo rodil, ano, výjimečně se najdou takoví klienti, ale většina jsou virgo, tedy panny, nikdy žádný sexuální – klasický styk – ženský neproběhl, to znamená, že nikdy se nic do pochvy nezavádělo, čili sex a vlastně uspokojování probíhá vlastně cestou klitoridálního dráždění. Klitoris zůstane zachován, v důsledku brání hormonů dokonce vznikne nebo může vzniknout až takový jako mikropenis, čili vlastně ten klitoris se zvětší, pošťvácěk, to znamená, že to dráždění přes pošťvácěk bude probíhat zcela stejně, jako předtím.*“ Tato část není přerušovaná, obraz je stálý ve smyslu širě záběru, nestálý je však pohybem kamery dopředu a dozadu, který – když se na tuto pasáž díváte opakovaně – až nepříjemně ruší. Tento typ záběru má zbourat iluzi státnosti (nic se – kromě vyprávění – neděje), ale pohyb je příliš častý až prudký.

V další části se – opět se zvýšenou intenzitou hudebního podkladu – vracíme k fotografiím, které jsou autentické – nechybí tak na nich krev, nástroje či stehy. S druhým setem obrázků padne i další otázka: „*Máte nějakou představu o tom, u těch plastik třeba, z čeho mi tu kůži odeberou, aby mi vytvořili ten penis?*“ V záběru jsou fotografie dokonanych

plastických operací, ať už ve směru žena-muž či muž-žena. „*Bud' se bere z předloktí, to znamená tam, kde je nejméně ochlupená část, čili to většinou bývá předloktí, anebo se to může brát tady ze zad, kde se bere vlastně zádový sval,*“ odpovídá za další fotografické ilustrace gynekoložka. U slova „*předloktí*“ se záběr vrací právě na ni, protože ukazuje místo na své ruce, ze kterého se kůže může odebrat, poté na zádech. Celé pole záběru tak patří gynekoložce. Stříhem se vrací zpět na záběr obou. „*Hm, to je hezký. A kolik mě to bude celý stát?*“ zakončuje jednou z důležitých otázek reportérka. „*V podstatě vlastní operaci, to znamená odnětí dělohy, vejcovodu, vaječníků, základní plastická operace prsu, to znamená odnětí ty prsní žlázy, u nás hradí pojišťovna, čili nebude vás to stát nic.*“ Na pozadí se v tuto chvíli vrací záběry z Kaňkova dokumentu, kdy vidíme záda odcházející dívky (dlouhé zvlněné blond vlasy) v růžové bundě s červenou kabelkou – tato scéna má nejspíše naznačit konec, jak dokončení operace tak zároveň dokončení reportáže. Po vteřinovém záběru na tuto ženu¹⁶⁴ se naposled záběr vrací na účastnice reportáže. Lékařka nerušeně dokončuje svou poslední větu: „*Pakliže byste si přál později udělat faloplastiku, čili vlastně znovuvytvoření penisu, vytvoření skrota, čili šourku a do toho implantáty, to už potom hradíte vy.*“

Příznakovost této reportáže je nesporná. I když neosloví všechny členy queer komunity, těm, kterým je věnována, může významně pomoci. O gayích a lesbách se v médiích mluví (relativně, ve srovnání s ostatními queer menšinami) hodně, o transsexuálech ale téměř vůbec, a to i přesto, že jejich „diagnóza“ je mnohem složitější a komplikovanější. I proto se vyšší procento transsexuálních jedinců rozhodne ukončit svůj život předčasně v porovnání s heterosexuálními lidmi.

Podle dokumentu Petra Kaňky žije v ČR tisíc lidí s „diagnózou“ transsexualita, vzhledem k tomu, jak těžké ji přijmout psychicky a to nejen kvůli tlaku okolí, ale celkovému sebepřijetí se, bylo její zařazení a vůbec vznik v rámci tohoto pořadu vhodný. Správné je i zařazení dokumentu: nejen, že samotnou reportáž ozvláštňuje, ale ty jedince, kteří o filmu neslyšeli, může přimět ke zhlédnutí dokumentu, jenž zajímavě a věcně hovoří o tomto problému.

Co se týče obrazové složky, je užito umělé světlo v ordinaci, dále přirozeně-umělé světlo na operačním sále. Kamera je ostrá a nadbytečně se hýbe. Auditivní složka pořadu neobsahuje přirozené zvuky pozadí, o hudebním podkreslení, jež provází celou reportáž, jsme již mluvili. Gynekoložka mluví srozumitelně a pomalu, občas však začne větu a opraví se či ji

¹⁶⁴ Jedná se o „muže“, jenž opravdu prošel plastickou operací a je ženou, tedy v této scéně opravdu odchází domů jako žena.

řekne tak, že v písemné podobě je gramaticky (resp. syntakticky) nesprávná. Snaží se o odborný styl, sklouzává však k hovorovým výrazům. S klienty však jedná v uvolněnější atmosféře – může to tedy být dáno stresem z mluvení na kameru. Svým obsahem je text informačně bohatý.

5.3.4 Znaký společné pro reportáže/rozhovory

Pořad „Q“ se vyznačuje nepravidelnou strukturou, ani hlavní tematické části (rozhovory, reportáže) se proto nedají jednoduše generalizovat. Reportáže/rozhovory se liší nejen tematicky (což je ale logické, pokud má pořad přinášet stále něco nového), ale také délkou, strukturou, provedením, reportérským vyjádřením či místy natáčení, a to jak použitím interiérů tak exteriérů. Každý z dílů pořadu a každá z částí má svým způsobem ojedinělou koncepci, která se odvíjí od tématu. Nedá se však říci, že by pořad byl chaotický či že by divák nevěděl díl od dílu, co od pořadu očekávat. Každý díl přinese alespoň jeden rozhovor, jednu reportáž zaměřenou na queer menšinu, další na umění atd. Hluběji zkoumané díly navíc byly vybrány tak, aby neměly příliš společného, tedy aby vytvořily širší představu o pořadu, aby ho lépe reprezentovaly – proto je jeden věnován transvestitům, druhý transsexuálům a poslední gayům (a navíc v cizině, jako doklad, že „Q“ natáčí i mimo území ČR).

Co se týče nepravidelné struktury dílů jakožto celku, průměrný divák nezkoumá, kolik je v každém dílu reportáží či rozhovorů a v jakém jsou pořadí, jaké má pořad rubriky a zda jsou pravidelné. Důležitý je pro něj obsah, výsledné sdělení, nové informace. Při bližším zkoumání však tato nestrukturovanost může působit ledabyly až neprofesionálně. Mínusem pořadu je občas jeho jednolitě zaměřené v rámci dílů na jednu z minorit queer komunity například queer – gay (muž) se nebude s největší pravděpodobností dívat na díl věnovaný lesbickému festivalu s nadměrným zájem, protože takovéto informace mu příliš nového nenabídnou. Je však nutné zmínit, že v rámci jednoho dílu (tedy když neporovnáváme díly mezi sebou) je koncepční vyznění dobře strukturované – k danému tématu se pořad vždy vrací různými žánry, přináší různé pohledy na diskutované téma, vyhledává různé odborníky, kteří k divákům promlouvají, seznamují je s fakty.

Důležitou roli hrají i reportéři a moderátoři pořadu. Každý uchopuje svoji roli jinak: někdy moderátor pořadem provází přímo, jindy jen hlasem, někdy je dokonce i součástí reportáže (viz hlouběji zkoumaný díl Tranz a reportáž o změně pohlaví). Někdy moderátoři

působí seriózně, jindy si ze sebe dělají legraci, někdy si však (chtěně) dělají legraci z diváků nebo působí „rádoby vtípně“, což pořadu ne vždy prospívá (ostatně to bylo respondenty v dotazníkovém šetření často kritizováno – viz následující kapitola).

Dobře zvolená je hudební složka. Hudba nikde neruší, je na první pohled až nezaznamatelná, což znamená, že neodvádí pozornost, ale přitom reportáže dokresluje. Neprofesionálně však působí pohyb kamery ve všech zkoumaných dílech – zřejmě se má jednat o umělecký počin, její přílišné pohyby však působí spíše dojmem až amatérského domácího videa než pořadu vyrobeného Českou televizí. Ozvlášťujícím prvkem vlastním všem dílům jsou prostřihy uvnitř reportáží či rozhovorů, tvořené především vloženou obrazovou složkou, kdy na pozadí slyšíme hlas dotazovaného a na obrazovce se setkáváme buď se záběry z filmů (bez původního zvuku) nebo s fotografiemi (obálek časopisů, z výstavy, knihy atd.) na pozadí. Tyto prostřihy lépe vykreslují téma, které je v dané části diskutované, rozšiřují představu o něm, ilustrují ho.

Tematicky jsou všechny reportáže/rozhovory (nejen tři vybrané, ale i ostatní, o kterých jsme podrobně nehovořili) specializované na queer komunitu (leckdy až nadmíru). Neznamená to však, že by v nich nutně přímo vystupovali queer jedinci. Nové informace přináší převážně queer menšině (resp. všem, ale zájem heterosexuálních jedinců nebude přílišný) a dalo by se říci, že se v některých dílech dá pozorovat až odtržení od zbytku „většinového“ světa, a to i přes to, že pořad se neprofiluje jako magazín určený pouze všem tzv. queer, ale i přátelům těchto „jinak“ orientovaných lidí. Zřejmě na tom má svůj podíl fakt, že pořad je tvořen také queer lidmi, kteří, vzhledem k tomu že se často pohybují „mezi svými“, ztrácí kontakt s „realitou“, na druhou stranu za tím stojí jistý autorský záměr (být queer, být jiný až bizarní), a proto se nedočkáme nahlédnutí do „heterosvěta“.

6 „Q“ & QUALITY TELEVISION

V teoretické části jsme definovali, co je quality television, v analytické části jsme sémioticky rozebrali pořad „Q“. V následující části aplikujeme kritéria kvality, která stanovil Robert J. Thompson¹⁶⁵ (ač pro seriály) na pořad „Q“ na základně poznatků, které jsme nabyli při jeho podrobné analýze.

1. Pořad quality TV má být jedinečný.

Tuto podmínku Qčko rozhodně splňuje. Jak ve veřejnoprávní televizi, tak na soukromých kanálech celoplošných televizních stanic (Nova, Nova Cinema, Prima, Prima Cool, TV Barrandov, Noe, Public TV, Z1) neexistuje podobně zaměřený pořad. Zároveň ani podobný pořad nikdy neexistoval (hlouběji a častěji se tématům odlišné sexuality zabývalo snad jen Áčko na Nově a Tabu tamtéž). Svoji koncepcí není ani obyčejným televizním pořadem.

2. Quality TV samozřejmě musí obsahovat jistou „kvalitní“/elitní historii, původ. Tímto jsou myšleni například autoři, kteří mají renomé z jiných médií (např. z filmu). Dále mají autoři art filmů větší šanci vytvořit produkt quality television než režiséři trháků, protože jsou zvyklí pracovat nezávisle.

Janek Růžička je autorem konceptu, námětu, scénářů a režie pořadu Q. Růžička vystudoval dokument na FAMU pod vedením Olgy Sommerové a Jana Špáty. Od roku 2000 spolupracuje s Českou televizí, pro kterou natáčí dokumentární filmy a mimo jiné připravuje díly pořadu Třináctá komnata. V roce 2008 a 2009 připravoval týdenní hudební magazín Musicblok, kde byl autorem námětu a režisérem. Jeho dokumentární pohádka Kalí Čercheň o putování romských dětí za mystickou "Černou hvězdou" se jako první dostala do oficiální filmové distribuce, a to jako bonusové DVD k DVD záznamu ze společného koncertu Idy Kellarové a Ivy Bittové s názvem "JAZZ". Růžička spolupracuje i na divadelních představeních (Divadlo v Dlouhé, Národní divadlo /Kolowrat, Stavovské divadlo/, divadlo Letí).¹⁶⁶

Dramaturg **Filip Novák** je již řadu let členem týmu ČT vyrábějící multikulturní a diskuzní pořady. Nestojí jen za Qčkem, ale má na starosti i živě vysílaný hudební pořad

¹⁶⁵ Robert J. Thompson, *Television's Second Golden Age*, str. 13- 15.

¹⁶⁶ CV Janka Růžičky

Hotel Insomnia¹⁶⁷ či „magazín o tom, že se dá žít i jinak“ Kosmopolis¹⁶⁸. Úzce spolupracuje s režisérem Filipem Remundou.

Ondřej Anděra (známý jako Sifon) je pod Qčkem podepsán jako autor hudby, složil i podklad ke znělce. Anděra je jednou z hlavních postav tuzemského hip hopu 90. let. Jeho umělecký záběr je široký: působí nebo působil jako herec, režisér, výtvarník, kreslíř, animátor, inovátor, multimediální tvůrce, hudebník, básník, textař a zpěvák. Má za sebou letitou praxi u filmu, v divadle i baletu. Po střední výtvarné škole absolvoval katedru multimediální tvorby FAMU. Jeho snímky *Za obrazovkou* a *Bílá hora* se dočkaly ocenění na mezinárodním filmovém festivalu v polské Lódži. Je režisérem aktuálního baletního projektu *Graffiti* a podílel se i na zvukové stránce desítek dalších divadelních představení. Jeho umělecké polohy zahrnují krom oficiálně uznávaných kategorií, jako je balet, divadlo či film, i neoficiální pražskou hiphopovou kulturu a její graffiti scénu. Úzce spolupracuje s Rádiem 1. V roce 2006 natočil se svým projektem WWW debutovou desku *Neurobeat*, v loňském roce pak vyšel kritiky vřele přijatý *Tanec Sekyr*.¹⁶⁹ Anděra hudebně spolupracoval i na filmu *Radima Špačka Pouta*, jeho skupina WWW stojí za titulní písní k filmu.

Z předcházejících „medailonků“ hlavních tvůrců pořadu je patrné, že dlouholeté zkušenosti v oblasti, kde působí, mají všichni tři: Růžička na poli režisérském, Novák jako dramaturg a též Anděra se na hudební scéně objevuje již řadu let. Jejich práce je navíc povětšinou artová. I toto kritérium tedy tvůrci pořadu splňují – žádný z nich se nezabývá mainstreamovou formou, a i přes to, že existují tlaky na zrušení pořadu¹⁷⁰, neuhýbají tvůrci ze své alternativy.

3. *Quality TV přitahuje diváky z vyšší vrstvy obyvatel – vzdělané, bydlící ve městech, mladé, které snáz ovlivní reklama (toto zaměření na mladší – koupěschopné skupiny vychází právě od zadavatelů reklamy).*

Toto kritérium pořad splňuje, ač dle Thompsona ne stoprocentně. Protože poskytují velká města více anonymity, je častým jevem, že se queer lidé se stěhují právě sem: jejich život ve

¹⁶⁷ Česká televize [online]. 1996 - 2010 [cit. 2010-05-14]. O hotelu - Hotel Insomnia - TV program. Dostupné z WWW: <<http://www.ceskatelevize.cz/program/10267397899-08.05.2010-23:35-2-hotel-insomnia.html?backaddr=search&searchstring=hotel+insomnia&deid=3691>>.

¹⁶⁸ Česká televize [online]. 1996 - 2010 [cit. 2010-05-14]. Kosmopolis - TV program. Dostupné z WWW: <<http://www.ceskatelevize.cz/program/10267522261-11.05.2010.-09:10-2-kosmopolis.html>>.

¹⁶⁹ *Rock & Pop* [online]. 26. 1. 2010 [cit. 2010-05-14]. 518, Sifon a Vrbík za oponou Národního divadla. Dostupné z WWW: <<http://www.rockandpop.cz/zpravy/domaci/518-sifon-a-vrbik-za-oponou-narodniho-divadla/>>.

¹⁷⁰ Vlastní rozhovor s Jankem Růžičkou, jedním z tvůrců pořadu.

městě je snazší i komunity jsou zde větší (tj. možnost setkat se se „stejnými“ lidmi). Vzhledem k zaměření pořadu není hledisko vzdělanosti tak důležité, na druhou stranu ale přináší dobře vyrobené reportáže referující o kultuře menšiny (již jen předpoklad, že se člověk zajímá o kulturu, ho staví mezi „vyšší“ vrstvu obyvatel). Dále tím, že televizní pořad je vysílán na veřejnoprávní stanici a je věnován menšině není toto hledisko zcela hodnotitelné, protože i přes rozvoj společnosti je téma queer a GLBT menšiny „tabu“ a třeba reklamy věnované speciálně této menšině neexistují, i proto je koupěschopná skupina slabší.

4. *I přesto, že se quality TV soustřeďuje na diváky z vyšších vrstev (viz bod 3), „kvalitní“ pořady se musí často vznešeně probojovat a zvládnout nápor společností, kterým jde především o zisk. Stejně tak si musí získat pozornost diváků. Částečně se jedná mezi stálý boj komerce a umění (art).*

Toto kritérium platí v případě Qčka jednoznačně. Pořad se i díky úzkému zaměření i nižší sledovanosti¹⁷¹ (která však není nízká právě vzhledem k zaměření a k vysílacímu času) probojovává, odolává náporu společností, které by na programovém schématu viděli raději pořady, které jim vynesou větší zisk ať už sledovaností nebo sledovaností reklamy před a po pořadu. Stejně tak existují tlaky ČT na komerčnější pojetí (tedy to, co potenciálně zaujme více diváků), které kontrastují uměleckému pojetí tvůrců.¹⁷²

5. *Quality TV má většinou silnou hereckou základnu, v ději se proplétá hodně postav, které umožňují různý náhled na věc.*

Toto kritérium lehce upravíme pro publicistický pořad. Místo herecké základny můžeme definovat postavy, které se v pořadu objevují – odborníci, lidé, o nichž jsou natáčeny reportáže, dotazování v rámci rozhovorů. Ti opravdu tvoří silnou základnu pořadu, střídají se a někteří se objevují znova (tj. pořad sleduje jejich tvorbu nejen v jednom díle), rozhodně umožňují různý náhled na věc. Co se týče dějové linie, ta v pořadu více méně neexistuje (kromě scének mezi jednotlivými částmi).

6. *Quality TV má „paměť“, následující díly odkazují svým způsobem na ty předchozí, vrací se i k detailům nebo skutečnostem, které se udály.*

Toto kritérium pro Qčko také platí. Jak bylo řečeno v bodě 5, k některým událostem či osobnostem queer scény se pořad vrací, připomíná, porovnává.

7. *Quality TV vytváří nový televizní žánr smícháním těch původních.*

¹⁷¹ Zdroj dat sledovanosti: ATO-MEDIARESEARCH, VPA ČT. Podrobná data jsou součástí přílohy (Příloha č. 2)

¹⁷² Rozhovor s Jankem Růžičkou a Barbarou Hacsí, tvůrci pořadu.

Tvorbu nového žánru můžeme v případě Qčka vyloučit, jedná se o publicistický pořad. Provedením však není klasicky publicistický, protože má v sobě hodně uměleckosti.

8. *Quality TV scénáře jsou většinou literárně propracované a závislé na autorovi. Jsou také složitější, než u ostatních pořadů.*

Scénář pořadu určitě propracovaný je, avšak ne literárně. V některých případech (rozhovory) scénárista nemůže dopředu tušit, jak natáčení dopadne. Stejně tak u reportáže se scénář mění – někdo, kdo předtím slíbil účast na natáčení ji najednou odmítne či nepřijde na domluvenou schůzku, připravovaná reportáž se leckdy musí od základu změnit či se zruší.

9. *Quality TV si je vědoma toho, že chce být něčím víc. Nepatrné odkazy na tzv. vysokou a populární kulturu provází většinu pořadů, snaží se ale držet si odstup od “braku“ a ukázat, že jsou nadřazené.*

Z pořadu vyplývá, že se snaží nebýt mainstreamový, tedy že chce nabídnout něco víc, než informace, který každý může nalézt na internetu. Queer komunita je dle mého názoru v pořadu (ne vždy) vykreslena nadřazeně, zvláště pokud pojednává o kulturních akcích nebo sešlostech typu pochody Gay pride.

10. *Hledisko „kvality“ tíhne ke kontroverzi.*

Qčko co se týče pohledem většinové společnosti pro mnohé rozhodně kontroverzní je. Mluví o řadě témat, která jsou pro ne malou skupinu lidí stále tabu nebo je považují za nemoci či posednutí d'áblem. Kontroverznost je i náplní pořadu – jak tvrdí jeden z jeho tvůrců Janek Růžička, Q(ueer) má být dle významu slova tak trochu podivný, bizarní, výstřední.

11. *Quality TV usiluje o reálné zobrazení skutečnosti, věcnost.*

Vzhledem k tomu, že Q je publicistický pořad, je jeho povinností zobrazovat věci reálně, skutečně a věcně. Toto kritérium tedy splňuje.

12. *Pořady splňující předchozích 11 kritérií jsou často oceňovány kritikou a sbírají různé televizní ceny.*

Není známo, že by pořad získal jakoukoli cenu. Oceňován kritikou sice je, ale ne profesními, nýbrž v rámci queer menšiny. Jakožto pořad menšinově orientovaný má však jen stěží šanci nějaká významná ocenění získat a konkurovat tak publicistickým pořadům, které jsou určeny většinovému diváku. I přesto, že toto kritérium plní na 50 procent, nemůžeme pořad „kritizovat“ a označit v tomto bodě za nekvalitní.

Po prozkoumání všech 12 kritérií je zjevné, že pořad nesplnil všechna Thompsonova kritéria stoprocentně, avšak vzhledem k tomu, že byla tvořena pro jiný druh pořadu a pro jinou společnost v jiné době, je možné pořad označit za kvalitní. Vzhledem k tomu, že je

menšinovým pořadem a ještě vysílaným v ne příliš příznivém vysílacím čase, nemůže nikdy dosáhnout sledovanosti – příjmu z reklamy – ocenění atd., jako ostatní publicistické pořady. Navíc, mnoho kritérií plní stoprocentně.

Qčko je uchopeno kreativně a nabízí divákům informace na pomezí – nešokuje, ale ani není „nudné“. Reportáže a rozhovory přinášejí nové informace, které nejsou k dispozici na internetu nebo jsou těžko dosažitelné, neomílají kliše. Otevřeně ukazují svět menšiny takový, jaký je, pouze zdůrazňují jeho uměleckou podobu. Reportáže a rozhovory nepůsobí trapně, obscénně, nedochází ke zbytečnému nadužívání vulgarismů, naopak informují věcně, elegantně a přitom tak, aby ty, co se hlásí mezi queer, zaujaly. Nedělají z jednotlivých příslušníků menšin chudáky, ale ani fanatické šílenec: zobrazují lidi tak, jak žijí své životy, a zábavu, jíž se baví. Z pořadu leckdy vyzařuje nadsázka, moderátoři i reportéři (se) umí pobavit sami sebou. Prostor je věnován všem typům queer „odlišnosti“ – speciální prostor dostávají nejen gayové, lesby, ale i transsexuálové, transvestiti, bisexuálové atd. Pořad nereflektuje dění pouze v České republice, ale snaží se (v rámci finančních možností) přinášet reportáže i ze zahraničí, kde je queer komunita rozšířenější či naopak perzekuována.

Z výše uvedeného tedy vyplývá, že Q rozhodně „kvalitním“ pořadem je, nebo minimálně – jak jsme navrhli v teoretické části – pořadem o kvalitu usilujícím (quality-seeking, viz kapitola 4.1).

7 „Q“ OČIMA QUEER KOMUNITY

V rámci diplomové práce jsme uspořádali výzkumnou sondu, která by posloužila jako doplnění sémiotické analýzy pořadu „Q“, a dále realizovali její následné propojení s Thompsonovými 12 kritérii „kvalitní“ televize. Sonda měla zjistit povědomí queer menšiny o zkoumaném pořadu „Q“, zjistit, jaký zájem o něj menšina jeví a zda ho považuje za přínosný či zbytečný.

Výzkumná sonda probíhala na bázi internetového dotazníkového šetření, tzv. CAWI, v době od 1. do 14. května 2010 pomocí serveru FreeOnlineSurveys¹⁷³. Celkem se jí zúčastnilo 82 respondentů, z nichž dva museli být vyloučeni (jeden proto, že nespadal do zkoumané kategorie, druhý pro duplicitu odpovědí – dotazník byl omylem odeslán dvakrát). Vzorek tedy obsahuje 80 odpovědí. Odpovědi na otázky 1, 2, 7, 10, 12, 15, 16, 17 byly povinné: některé kvůli statistice, jiné kvůli získání co největšího počtu odpovědí (v případě otázek otevřených).

Počet žen a mužů byl vyrovnaný (46 vs. 51 procent, 2,5 % tvořili transsexuálové, tedy lidé, kteří prochází proměnou pohlaví). Nejvíce zastoupenou skupinou respondentů byli Pražané, a to hned ze dvou důvodů. Praha jakožto největší město ČR zaručuje také největší anonymitu a silné komunity a možnost setkání s podobně založenými lidmi. Za druhé výzkumná sonda byla vytvářena v Praze, tedy distribuční síť vycházela z Prahy. Podařilo se ale získat nejméně jednoho respondenta z každého kraje.

Nejčastější zastoupení měly věkové kategorie 18 – 26 let a 27 až 35 let, což může také být ovlivněno několika faktory: za prvé tím, že výzkumná sonda probíhala na bázi CAWI, tedy přes internet, a šířen byl často pomocí sociální sítě Facebook a jeho různých skupin věnovaných menšinám. Lidé mladší 18 let si svou odlišnou orientaci často nepřiznají či ji nesdílí s okolím, protože se obávají reakce, či jsou ve fázi, že se za ni stydí (tj. o existenci dotazníku se ani nemuseli dozvědět, protože okolí o jejich „odlišnosti“ neví). Naopak lidé středního věku a starší často nejsou v porovnání s dnešními „mladými“ internetově zblhlí – nepracují s tímto médiem denně, nemají k němu přístup v soukromí, tedy ani nejsou zaregistrováni na sociálních sítích atd. Proto je jejich zastoupení také nižší. Navíc,

¹⁷³ FreeOnlineSurveys [online]. 2001 - 2010 [cit. 2010-05-15]. Dostupné z WWW: <<http://freeonlinesurveys.com/>>.

v souvislosti s minulým režimem, perzekucí a neustálé „buzeraci“ převážně homosexuální menšiny (pokud se vůbec vědělo, že existují i jiné minoritní skupiny) nemluví o své orientaci lidé, kteří dospívali za minulého režimu, tak otevřeně, jako dnešní mladší generace. I když tedy ve svém okolí leckdo z respondentů měl někoho, kdo by do menšiny queer spadal, nebylo vhodné mu dotazník posílat, protože „oficiálně“ se o jeho „odlišnosti“ mlčí. Dalším důvodem může být věk tazatelky, jež zapadá do kategorie na hranici nejčastějších respondentů – vzhledem k tomu, že dotazník byl šířen v první řadě mezi přátele ve stejné kategorii a od nich následně šířen dál mezi další „známé“ z podobných věkových kategorií. Dotazník a všechny odpovědi včetně souhrnných grafů jsou součástí přílohy.

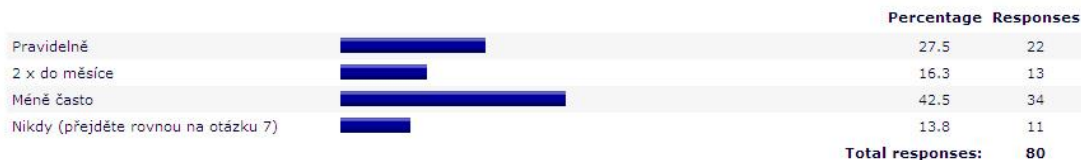
První otázka výzkumné sondy se týkala povědomí o pořadu „Q“. Z 80 respondentů ho pouze tři (3,8 %) neznali a zároveň o něm nikdy neslyšeli. Všichni tito tři respondenti spadají do věkové kategorie 18-26 a žijí v Praze.

1) Znáte pořad České televize Q (Queer)?



Druhá otázka se týkala sledovanosti. Respondenti měli na výběr čtyři možnosti: pořad sledují pravidelně, 2x do měsíce, méně často či nikdy.

2) Sledujete ho někdy?



Z grafu je vidět, že téměř polovina z respondentů se na pořad dívá méně často, než jednou za čtrnáct dní. Pravidelně (tedy jednou týdně) ho sleduje necelá třetina a nikdy se na pořad nedívá celkem téměř 14 procent. Když odečteme necelá 4 procenta, tedy ty, kteří pořad neznají a nesledují, zjistíme, že na pořad se nedívá i přesto, že ho zná, deset procent respondentů.

Následující tři otázky byly určeny pouze divákům pořadu. V první z nich, v pořadí třetí, jsme se zaměřili způsob vysílání.

3) Pokud ho sledujete, dáváte přednost vysílání:

		Percentage	Responses
Živě na ČT		32.9	23
Ze záznamu na internetu		67.1	47
Total responses:			70

Z grafu vyplývá, že většina lidí, kteří pořad sledují (celkem na tuto otázku odpovědělo 90 procent z těch, kteří pořad znají) dává přednosti vysílání na internetu, a to celkem více než dvě třetiny. Nevyhovující vysílací čas premiérového vysílání (tedy na ČT) je právě jednou z často kritizovaných slabín pořadu. Právě na něj je zaměřena následující otázka, v níž téměř dvě třetiny respondentů nesouhlasí s vysílacím časem.

4) Vyhovuje vám vysílací čas pořadu Q na ČT?

		Percentage	Responses
Ano		33.8	23
Ne		66.2	45
Total responses:			68

I přesto však překvapivě 25 procent z těch, kterým tento čas nevyhovuje, sledují živé vysílání pořadu, tři čtvrtiny z nich dávají přednost reprizovanému vysílání na internetu.¹⁷⁴ Nevyhovující vysílací čas se odráží i v jedné z dalších (v pořadí osmé) otázek. I přesto, že 13,8 procent respondentů uvedlo, že pořad nesleduje nikdy, na otázku „Pokud pořad nesledujete, proč?“ uvedlo 40 procent respondentů z celku, že za jejich „nezájem“ stojí právě vysílací čas.

8) Pokud pořad nesledujete, proč?

		Percentage	Responses
Je vysílán ve špatném čase		64.7	22
Nelíbí se mi		14.7	5
Nezajímá mě		11.8	4
Neznám ho		8.8	3

Na vysílací čas si tedy stěžují i ti, kteří pořad sledují či ti, kteří ho nesledují právě kvůli špatnému času: 13 procentům z nich (čtyř procentům z celku) vadí vysílací čas natolik, že se na pořad nedívají nikdy. Většina z respondentů, kterým vadí vysílací čas, sleduje pořad na internetu. Dalšími důvody, proč lidé pořad nesledují, je nevyhovující formát, nezájem o pořad či jeho neznalost.

¹⁷⁴Výsledky byly zjištěny na základě odpovědí vyhodnocených při aplikování odpovědi NE na ot. 4 a porovnání těchto s výsledky třetí otázky.

Pátá a šestá otázka byly věnovány spokojenosti. První z nich byla věnována tématům reportáží pořadu a jejich pozitivnímu/negativnímu vnímání diváky. Většině z nich dle průzkumu vyhovují – kladně odpovědělo téměř 90 procent diváků.

5) Vyhovují vám témata reportáží?

	Percentage	Responses
Rozhodně ano	20.0	14
Spíše ano	67.1	47
Spíše ne	10.0	7
Rozhodně ne	2.9	2
Total responses:		70

Šestá otázka se snažila zjistit, zda pořad přináší divákům nové informace. Více než tři čtvrtiny respondentů odpověděly kladně, odpověď „rozhodně ne“ zvolilo jen 1,5 procenta respondentů.

6) Dozvíte se vždy něco nového?

	Percentage	Responses
Rozhodně ano	21.4	15
Spíše ano	55.7	39
Spíše ne	21.4	15
Rozhodně ne	1.4	1
Total responses:		70

Toto pozitivní vyznění pořadu se projevilo i na jeho výsledné známce – na škále, kdy jednička znamenala velmi kvalitní a pětka velmi nekvalitní, získal pořad celkovou známku od 75 hodnotitelů (tedy od 97 procent těch, kteří pořad znají) 2, 27, což se dá označit za spíše pozitivní (chvalitebné) hodnocení než za neutrální či negativní.

9) Jak hodnotíte kvalitu pořadu celkově (1-5, jako ve škole, tzn., že jednička znamená velmi kvalitní, pětka velmi nekvalitní)

1	2	3	4	5	Responses	Average Score
17 (22.67%)	32 (42.67%)	18 (24.00%)	5 (6.67%)	3 (4.00%)	75	2.27 / 5 (45.40%)
						2.27 / 5 (45.40%)

Vzhledem k tomu, že dotazník je věnován queer menšině, snažili jsme se zjistit, která z GLBT menšin je nejčastěji zastoupena. Ač se tato otázka neukázala jako vhodná (označení queer existuje právě proto, aby se lidé nemuseli nikam zaškatulkovávat, protože jsou – stejně jako heterosexuálové – také „jenom obyčejní“ lidé), prokázala, že celá třetina z queer lidí se škatulkovat opravdu nechce. Překvapením bylo, že se mezi respondenty dotazníku objevili i heterosexuálové – při tvorbě dotazníku jsme neočekávali, že by někdo z heterosexuálních jedinců Q sledoval, i proto byl menšinově směřován, avšak i heterosexuální člověk může být

„podivný, jiný“ stejně jako GLBT. Vzhledem k tomu, že jsme pro heterosexuály neměli zvláštní kategorii, bohužel nezjistíme, kolik procent z diváků pořadu Q jsou heterosexuálové.

14) Která z následujících queer kategorií vás nejlépe charakterizuje?

	Percentage	Responses
Gay	39.7	31
Lesba	25.6	20
Transsexuál	2.6	2
Transvestita	1.3	1
Jiná	30.8	24
Total responses:		78

V souvislosti s předcházející otázkou nás zajímalo, kolik procent lidí je otevřené o své sexuální orientaci. Z výsledků vyplývá, že většina diváků pořadu již tzv. coming out prodělala.

12) Proběhl u vás coming out (ví vaše okolí o vaší sexuální orientaci)?

	Percentage	Responses
Ano	85.0	68
Ne	15.0	12
Total responses:		80

Dále nás zajímala informovanost o pořadu, resp. zda lidé mezi sebou o pořadu mluví nebo mají povědomí, že ho někdo v jejich okolí sleduje. Ač jsou respondenti v otázce své sexuality většinou otevření, je překvapivé, že celá třetina nezná nikoho, kdo by pořad sledoval.

11) Znáte někoho ve svém okolí, kdo pořad sleduje?

	Percentage	Responses
Ano	67.1	53
Ne	32.9	26
Total responses:		79

Nejpřínosnější však byly názorové odpovědi, podle kterých se nejvíce dá posoudit „kvalita“ pořadu. První otázka se týkala toho, co se člověku na pořadu (ne)líbí. Tato otázka nebyla vhodně zvolená, protože jde de facto o dvouotázku. Protože však patřila k těm povinně vyplňovaným, spektrum odpovědí bylo široké.

Za největší plus pořadu hodnotí hned několik respondentů fakt, že pořad vůbec existuje, protože mnoho médií se queer komunitou nezabývá. Pozitivně je hodnocena i rozmanitost reportáží či reportáže a pohledy ze zahraničí. Diváci oceňují pestrost témat, otevřenost, opravdovost, odvaha pouštět se do kontroverzních a nekonvenčních témat, boření stereotypů a originalitu. Za největší negativa považují vysílací čas a moderátory, kteří si „myslí, že jsou vtipní, ale jsou trapní“. Někteří respondenti kritizují přílišnou snahu

o alternativitu, „úchylnost“ a málo lesbické tematiky. Všímají si také nevyváženosti jednotlivých dílů a reportáží.

Poslední zkoumaná otázka zjišťovala, co by chtěli diváci na pořadu změnit. Celá třetina respondentů uvedla, že by na pořadu nic neměnila. Pětina respondentů uvedla, že by změnila vysílací čas a/či prodloužila stopáž pořadu nejméně o deset minut (tj. cca jednu reportáž). Několik žen (ale i mužů) se shoduje, že by přivítaly více reportáží věnovaným lesbám. Dalších několik respondentů se shoduje, že pořad by měl být seriózněji pojatý, měl by se více vztahovat k „většinovému“ světu a k „obyčejným“ lidem a mít celkově širší záběr. Diváci také žádají více reportáží ze zahraničí. Také by měl více pomáhat mladým například překonat coming out či více mluvit o „vážných“ problémech jako HIV, adopce dětí, queer či homosexualita mezi Romy atd. Dá se však říci, že až na pár jedinců, kteří by změnili vše, jsou diváci s pořadem spokojeni.

Z dotazníkového šetření je patrné, že tento pořad má své místo v ČT oprávněně. Menšina, které je pořad určený, „Q“ hodnotí veskrze pozitivně a prostřednictvím odpovědí dává najevo, že pořad má většinu z nich co říct, že je s ním spokojená. Nejvýrazněji toto diváci vyjadřují tím, že si velká část nepřeje žádné změny a další si přeje pouze změnu času, jiná negativa také pořadu nevyčítá.

I přes všeobecně špatně vnímaný vysílací čas má pořad dobrou sledovanost – teď nemám na mysli čísla poskytnutá společností Mediasearch ze živého vysílání, ale velké procento diváků, kteří si tento pořad pravidelně pouští prostřednictvím internetu. Diváky zřejmě přitahuje fakt, že v každém díle se dozví něco nového (76 procent). Vyzdvihují jeho neotřelost, ale i podporu v životě. Těmito hodnoceními vlastně sami diváci potvrdili některá z Thompsonových dvanácti kritérií quality television.

Ostatně, jak uvádí žena kolem třicítky z Liberecka, pořad může být pro některé queery i zdrojem životní síly: „Neznám osobně nikoho z mého okolí, kdo by byl odlišně orientován, a ani není možné, aby se dalo o tomto tématu otevřeně mluvit. Proto ráda zkouknu „Q“. Potom mám pocit, že jsem ryba ve vodě.“¹⁷⁵

¹⁷⁵ Zdroj: dotazník.

8 ZÁVĚR

Cílem diplomové práce bylo popsat pojem quality television a aplikovat ho na české prostředí. Vzhledem k tomu, že termín i koncept quality television ještě u nás není dostatečně rozpracován, snažili jsme se ho přiblížit českému čtenáři, vysvětlit jeho vznik, historický vývoj a nastínit jeho další směřování. Zároveň – vzhledem k tomu, že neexistuje překlad tohoto termínu a jeho terminologická vhodnost je problematická i v angličtině, ve které byl zaveden – navrhli jsme řešení, které by snížilo mnohovýznamnost slova quality, tedy quality-seeking television.

Následná aplikace Thompsonova konceptu quality television (str. 70), včetně jeho 12 kritérií „kvality“, měla za úkol předvést fungování tohoto typu pořadu v české televizní tvorbě, a na základě toho také určit, zda sémioticky zkoumaný pořad České televize „Q“ splňuje tyto atributy a zda může tudíž být označen za tzv. kvalitní či ne.

Pořad „Q“ splnil následující kritéria: 1. je jedinečný, 2. má „kvalitní“ tvůrce, kteří mají renomé, 3. přitahuje diváky převážně bydlící ve městech, mladé, vzdělané, 4. musí se probíjet a zvládnout nápor společnosti (boj konzumace vs. art), 5. má silnou základnu postav (odborníci), 6. následující díly odkazují svým způsobem na předchozí, 9. chce být něčím víc, 10. hledisko „kvality“ tíhne ke kontroverzi, 11. usiluje o reálné zobrazení skutečnosti, věcnost. Naopak nesplňuje nebo splňuje jen částečně tato kritéria: 7. vytváří nový žánr (nemůže jako publicistický pořad toto kritérium splňovat, ale zaměřením je nový), 8. scénáře jsou propracované a závislé na autorovi (během rozhovoru autor nikdy neví, jaké budou odpovědi, tedy scénář nemůže být dobře propracovaný, pouze může předpokládat) a 12. je oceňován kritiky (jakožto pořad pro menšiny nemůže být schopen konkurovat mainstreamovým pořadům; nevyhovující je také vysílací čas, který snižuje sledovanost pořadu /kritizovaly ho více než dvě třetiny dotázaných diváků/). Ač tedy pořad nesplňoval Thompsonova kritéria stoprocentně, uznán kvalitním byl, protože kritéria byla vytvořena pro jiný druh pořadu a pro jinou společnost v jiné době a na tento typ pořadu musela být upravena. Hlavní kritéria navíc splnil stoprocentně.

Pořad „Q“ je rozvrhnut kreativně, nabízí informace, které nejsou dostupné z běžných zdrojů, informuje o novinkách, zbytečně neomílá již známá fakta. Témata jsou vybírána pestře a nediskriminuje menšinu, ani ji však přílišně nevyzdvihuje. Rozhodně je inovátorem na poli české televize. O jeho „kvalitě“ vypovídá i spokojenost mezi jeho diváky. Průměrné

hodnocení mezi 80 respondenty bylo jen nepatrně pod 2 na škále 1 – 5, kde 1 je nejlepší a 5 nejhorší známkou. Kladně respondenti hodnotili především rozmanitost pořadu, jeho otevřenost, odvahu pouštět se do kontroverzních témat a boření stereotypů. Za největší plus pořadu označovali respondenti i to, že pořad vůbec existuje, a většina z nich uvedla, že by na pořadu nic neměnila: i toto tedy vypovídá o jeho „kvalitě“.

Naše kvalitativní analýza i následná kvantitativní sonda prokázaly, že „Q“ je přínosem jak do vysílacího schématu ČT, tak do souboru postupů a komunikačních strategií, které z ČT dělají médium veřejné služby. Pořad je inovativní a přináší vlastnosti, které jsou charakterizovány jako quality television, vyhýbá se bulvarizací, ale dbá o to, aby nedocházelo ke ztrátě vyváženosti či objektivity, které by médium veřejné služby mělo zachovávat. Navzdory vysílacímu času má reprezentativní sledovanost, která je prokazatelně dána kvalitou.

Jak ze sémiotické analýzy pořadu a jeho následného propojení s konceptem quality TV, tak z výzkumné sondy je tedy patrné, že tento pořad má své místo v ČT oprávněně.

9 ENGLISH SUMMARY

The aim of this diploma thesis is to describe the term “quality television”, and apply it to the Czech background. Because the concept of quality television hasn't yet been mentioned in the Czech media studies area, we endeavor to introduce the topic to a Czech reader by explaining its origins, historical development and future. Also - because there is no good translation into the Czech language, and the terminology is problematic even in English, in which the concept was created - we introduce a solution that would minimize the spectrum of meanings of the word *quality*. Therefore, we suggest the term quality-seeking television.

The following application of Thompson's quality television theory (pp. 70), including its 12 criteria of quality, outlines the functioning of this type of program in Czech television production. Based on that criteria, this thesis aims to determine whether the semiotically analyzed program "Q", broadcasted by the Czech television, fulfills these attributes and can therefore be labeled as quality television or not.

The program “Q” fulfilled the following criteria: 1. it is unique, 2. it has a quality pedigree (the program is made by artists with good reputations), 3. it attracts an urban-dwelling, young, and well-educated audience, 4. it has to struggle against profit-mongering networks (struggle of consumption and art), 5. it has a large ensemble cast (in our case the cast was substituted with specialists), 6. the program tends to refer to previous episodes, 9. it wants to be superior to the typical trash available on TV, 10. the subject matter of quality TV tends to be controversial.

On the other hand, the program “Q” doesn't fulfill or fulfills partially the following criteria: 7. creating a new genre by mixing old ones (since this is subjective journalism, it can not create a new genre), 8. being literarily and writer based (during the interview you never know the result, so even though the preparation can be 100 percent well done, the result can be only expected); 12. being showered with awards and critical acclaim (since this program is a minority based show it can not compete with mainstream programs; the broadcast time of the program is also not good, resulting in lower ratings /more than two thirds of questioned people criticized this/).

Even though the program didn't completely fulfill the criteria, it was labeled as quality television. This is also because these criteria were made for other types of programs and for other societal expectations or demands. Also, the most important criteria were fulfilled.

The program “Q” is made with creativity, it offers information which can not be found from basic sources, it is informative, and it doesn’t repeat commonly known information. The topics are diverse and don’t discriminate against the minority. On the other hand, it doesn’t emphasize it. To be sure, the program is innovative in the field of Czech television. Also, its popularity among viewers tells us that the program has to be of some quality. The average rating among 80 respondents of the questionnaire was only slightly below 2 on a scale where 1 refers to the best and 5 to the worst. The respondents mostly valued the miscellany of topics, the courage to report on controversial subject matter, and the breaking of cultural stereotypes. Also, some responses showed that viewers most appreciated the fact that this type of program exists, and a majority said that they wouldn’t change anything about it, other than the broadcasting time (which also tells us something about the quality).

The qualitative analysis following by quantitative survey proved that “Q” is one asset of the Czech television broadcasting scheme, but also of the communication strategies which make Czech television a medium of public service. The program is innovative and offers attributes which are characterized as quality TV. It avoids tabloidization and preserves a lack of bias, which – as a public service medium – it should preserve. Despite the broadcasting time, it has a representative rating which is indicative of its quality.

From the semiotic analysis, its successive connection to the quality TV concept, and the questionnaire, it is obvious that this program is legitimately being broadcasted by Czech television.

10 POUŽITÉ ZDROJE

10.1 Literatura

BERGER, Arthur Asa (2005). *Media Analysis Techniques*. 3. vydání. Thousand Oaks, CA, USA: Sage Publication. 244 s. ISBN 978-1-4129-0683-0.

BORGES, Gabriela; REIA-BAPTISTA, Vítor (2008). *Discursos e Práticas de Qualidade na Televisão*. Lisboa, Portugal: Livros Horizonte, LDA., 381 s. ISBN 978-972-24-1595-8.

CREEBER, Glen (2004). *Serial Television: Big Drama on the Small Screen*. London, UK: BFI. 184 s. ISBN 1-84457-021-5.

ČERNÝ, Jiří; HOLEŠ, Jan. *Sémiotika*. Praha: Portál, 2004. 368 s. ISBN 80-7178-832-5.

DOUBRAVOVÁ, Jarmila. *Sémiotika v teorii a praxi*. Praha: Portál, 2002. 160 s. ISBN 80-7178-566-0.

FISKE, John (2004). *Understanding popular culture*. 3. vydání. London: Routledge, UK. 206 s. ISBN 0-415-07876-8.

HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: Základní teorie, metody a aplikace*. 2. vydání. Praha: Portál, 2008. 408 s. ISBN 978-80-7367-485-4.

JANDOUREK, Jan. *Úvod do sociologie*. Praha: Portál, 2003. 232 s. Dostupné z WWW: <<http://ies-prague.org/forum/attachment.php?item=730>>. ISBN 80-7178-749-3.

JEŘÁBEK, Hynek (1996). *Úvod do sociologie výzkumu*. Praha: Karolinum. XX s. 382-130-92.

JIRÁK, Jan; KÖPPLOVÁ, Barbara. *Média a společnost: Stručný úvod do studia médií a mediální komunikace*. Praha: Portál, 2003. 208 s. ISBN 80-7178-697-7.

LOTMAN, Jurij Michajlovič (2008). *Semiotika filmu a problémy filmovej estetiky*. 2. vydání. Bratislava: Slovenský filmový ústav. 140 s. ISBN 978-80-85187-51-9.

LURKER, Manfred (2005). *Slovník symbolů*. Praha: Euromedia group - Knižní klub. 616 s. ISBN 80-242-1588-8.

MCCABE, Janet; AKASS, Kim. *Quality TV: Contemporary American television and beyond*. London, UK: I. B. Tauris & Co Ltd, 2007. 292 s. ISBN 978-1-84511-511-1.

MILLER, Toby; CREEBER, Glen; TULLOCH, John (2008). *The television genre book*. 2. vydání. London, UK: British Film Institute, 240 s.

PALEK, Bohumil (1997). *Sémiotika: (Ch. S. Peirce, C. K. Ogden and I. A. Richards, Ch. W. Morris, H. B. Curry)*. Praha: Karolinum. 335 s. ISBN 80-7184-356-3.

REIFOVÁ, Irena a kol. *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004. 328 s. ISBN 80-7178-926-7.

STRAUSS, Anselm; CORBIN, Juliet (1999). *Základy kvalitativního výzkumu: Postupy a techniky metody zakotvené teorie*. Boskovice: ALBERT. 228 s. ISBN 80-85834-60-X.

THOMPSON, Robert J (1996). *Television's Second Golden Age: From Hill Street Blues to ER* [online]. New York, USA: Syracuse University Press. 221 s. [cit. 2010-05-03]. Kapitola *Preface*, s. 12 – 13. Dostupné z WWW:

<http://books.google.com/books?id=dsLLundkKF8C&pg=PA12&dq=thompson+quality+television&ei=4H3dS_OuJZnozATRyoTuCA&hl=cs&cd=2#v=onepage&q=thompson%20quality%20television&f=false>.

VYSEKALOVÁ, Jitka a kol (2007). *Psychologie reklamy*. 3. vydání. Praha: Grada Publishing. 296 s. ISBN 978-80-247-2196-5.

ZVĚŘINA, Josef (1968). *Znakovost obrazové složky filmu*. Praha: Filmový ústav. 124 s.

F-04-71805

-

ST

19.

10.2 Elektronické články a knihy

CARPENTIER, Nico (2009). Developing democratic and negotiated quality: Re-articulating discourses of quality through democratic and participatory media practices. *Časopis za upravljanje komuniciranje : Communication management quarterly* [online]. 2009, 4. ročník, 13. číslo, [cit. 2010-05-13].

Dostupný z WWW: <<http://www.fpn.bg.ac.rs/casopisi/data/CM13.pdf>>. ISSN 1452-7405.

ČIHOVSKÝ, Jaroslav. *Sociologický výzkum* [online]. [s. 1.], 2006. 41 s. Studijní text pro posluchače FTK UP Olomouc. Univerzita Palackého v Olomouci. Dostupné z WWW: <http://www.upol.cz/fileadmin/user_upload/FTK-dokumenty/Katedra_rekreologie/Sociologicky_vyzkum_def_1_.doc>.

REIFOVÁ, Irena (2008). *'It Has Happened Before, It Will Happen Again': The Third Golden Age of Television Fiction. Czech Sociological Review*, 44 (6). str. 1237-1239. ISSN 0038-0288. Dostupné z WWW:

<http://sreview.soc.cas.cz/uploads/2a2055490efce78efe6c8c77d5be4e4590535981_512_ZprR EIFOVA.pdf>.

Revue pro média: Časopis pro kritickou reflexi médií [online]. 2001 - 2005 [cit. 2010-05-12]. Nástroje měření sledovanosti médií.

Dostupné z WWW: <<http://fss.muni.cz/rpm/Revue/Heslar/nastrojemersled.htm>>.

Revue pro média: Časopis pro kritickou reflexi médií [online]. 2001 - 2005 [cit. 2010-03-26]. *Queer, queer theory, queer cinema*. Dostupné z WWW:

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

10.3 Ostatní elektronické zdroje

Česká televize [online]. 1996 - 2010 [cit. 2010-05-14]. Kosmopolis - TV program.

Dostupné z WWW: <<http://www.ceskatelevize.cz/program/10267522261-11.05.2010.-09:10-2-kosmopolis.html>>.

Česká televize [online]. 1996 - 2010 [cit. 2010-05-14]. O hotelu - Hotel Insomnia - TV program.

Dostupné z WWW: <<http://www.ceskatelevize.cz/program/10267397899-08.05.2010-23:35-2-hotel-insomnia.html?backaddr=search&searchstring=hotel+insomnia&deid=3691>>.

Česká televize [online]. 1996 - 2010 [cit. 2010-01-17]. Q – TV program.

Dostupný z WWW: <<http://www.ceskatelevize.cz/program/10267465054-19.01.2010-22:45-2-q.html>>.

Česká televize [online]. 8. 1. 2007 [cit. 2010-05-01]. Video - Q - TV program: On-line vysílání: Q - Seznámení. Dostupné z WWW:

<<http://www.ceskatelevize.cz/program/206562210900001.html?online=1>>.

ČSÚ - Český statistický úřad: Česká republika od roku 1989 v číslech [online]. 2010,

15. 3. 2010 [cit. 2010-05-18]. Počítač a internet v českých domácnostech. Dostupné z WWW: <http://www.czso.cz/cz/cr_1989_ts/0803.pdf>.

FILIT: Otvorená filozofická encyklopédia [online]. 1999 [cit. 2010-04-25]. Fvu: Učenie o jing a jang.

Dostupné z WWW: <http://ii.fmph.uniba.sk/~filit/fvu/ucenie_o_jin_a_jang.html>.

FreeOnlineSurveys [online]. 2001 - 2010 [cit. 2010-05-15]. Dostupné z WWW:

<<http://freeonlinesurveys.com/>>.

GfK Czech [online]. 2010 [cit. 2010-05-03]. CAWI - Online dotazování pomocí internetu.

Dostupné z WWW: <http://www.gfk.cz/about_us/methods/cawi/index.cz.html>.

Rock & Pop [online]. 26. 1. 2010 [cit. 2010-05-14]. 518, Sifon a Vrbík za oponou Národního divadla.

Dostupné z WWW: <<http://www.rockandpop.cz/zpravy/domaci/518-sifon-a-vrbik-za-oponou-narodniho-divadla/>>.

SC & C [online]. 1992 - 2009 [cit. 2010-05-03]. CAWI - Computer Aided Web Interviewing . Dostupné z WWW: <<http://www.scac.cz/metody/cawi/>>.

10.4 Akademické práce

BELADOVÁ, Martina. *Internet a jeho využití v domácnostech*. Praha, 2010. 73 s. Bakalářská práce. Česká zemědělská univerzita v Praze.

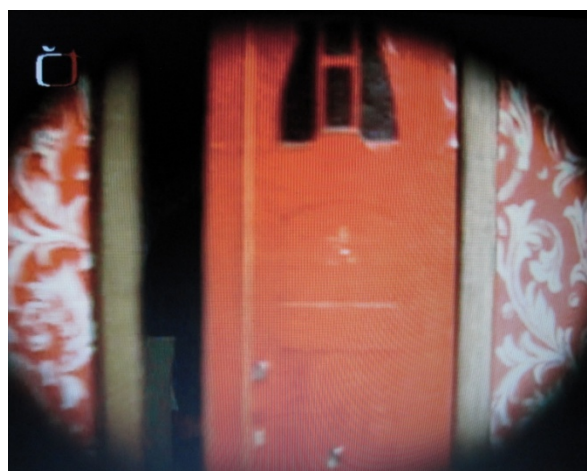
11 SEZNAM PŘÍLOH

Příloha č. 1: Obrazová příloha.....	92
Příloha č. 2: Sledovanost pořadu za roky 2007, 2009 a 2010	102
Příloha č. 3: Dotazník.....	105
Příloha č. 4: Souhrnné výsledky dotazníků.....	111
Příloha č. 5: Jednotlivé odpovědi na dotazník.....	117
Příloha č. 6: DVD se zkoumanými díly pořadu	desky

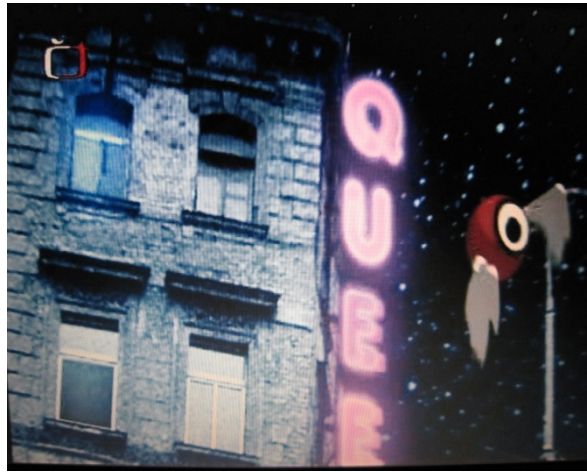
12 PŘÍLOHY

Příloha č. 1: Obrazová příloha

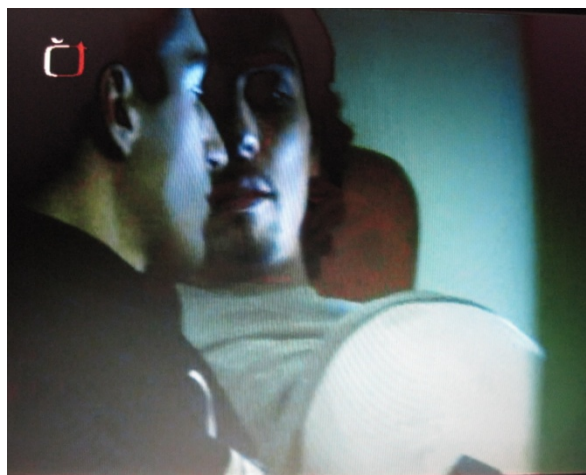
Znělka pořadu

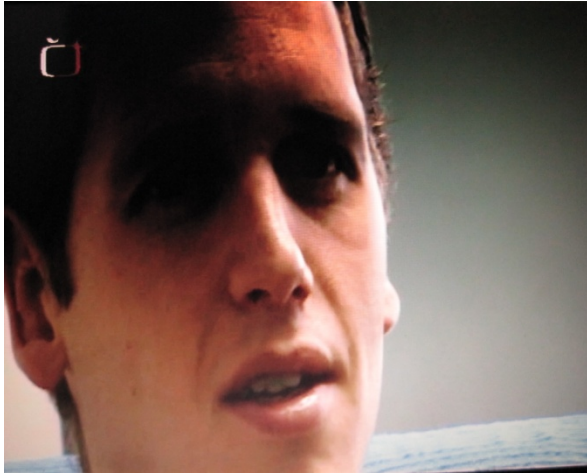


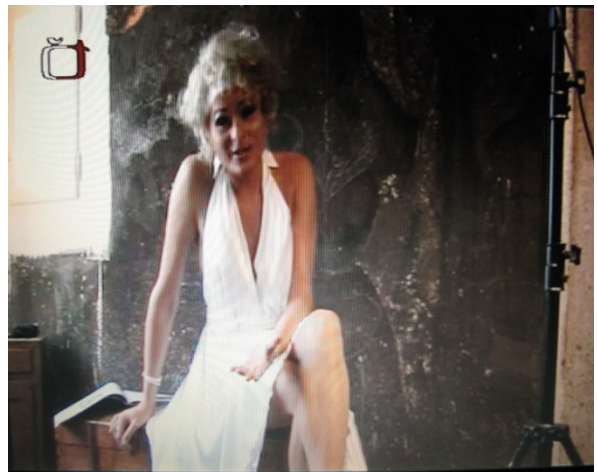
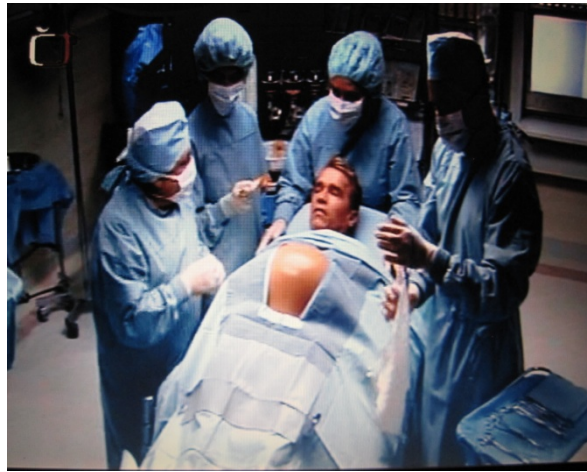
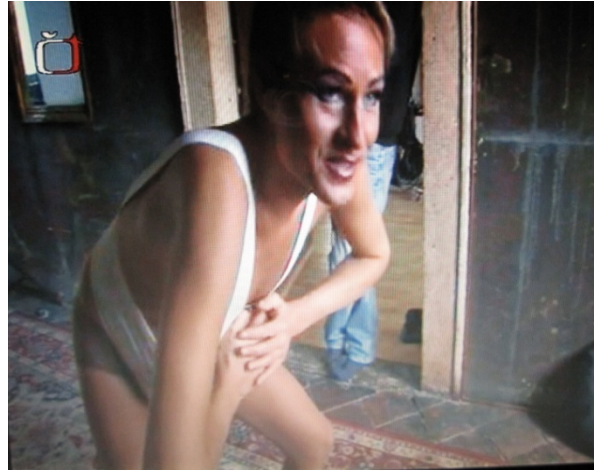




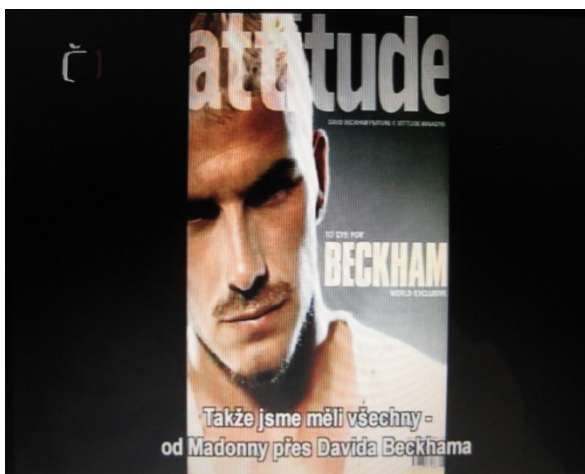
První díl pořadu „Q“







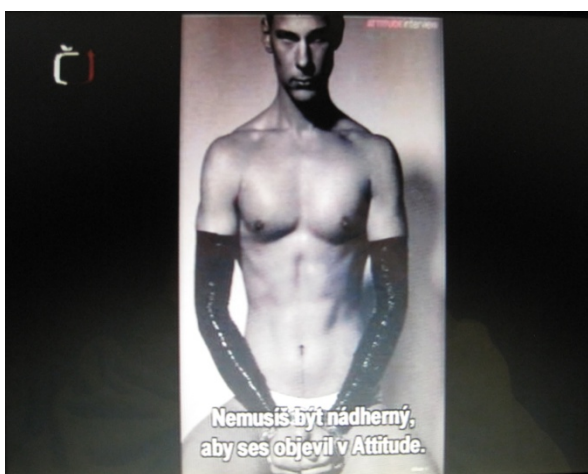
Rozhovor s šéfredaktorem Attitude



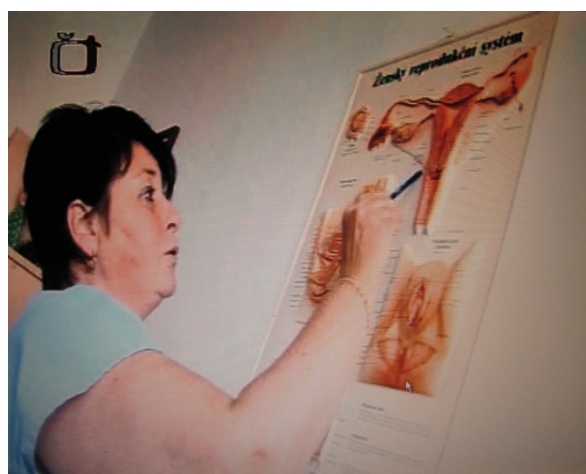
Takže jsme měli všechny -
od Madonny přes Davida Beckhama



Gayové konzumují média
stejně jako heteraci.



Poslední zkoumaný díl: Tranz





Příloha č. 2: Sledovanost pořadu za roky 2007, 2009 a 2010

Titul	Datum	Kanál	Začátek	Konec	Den	Premiérovost	15+		
							Rating %	Rating tisíce	Share %
Q	04.01.2007	ČT1	22:50:18	23:16:05	Čtvrtek	Premiéra	1,9	164	10,56
	11.01.2007	ČT1	22:50:45	23:16:20	Čtvrtek	Premiéra	2,1	178	13,48
	18.01.2007	ČT1	22:50:02	23:16:10	Čtvrtek	Premiéra	2,6	227	15,84
	25.01.2007	ČT1	22:50:13	23:16:15	Čtvrtek	Premiéra	2,1	184	12,56
	01.02.2007	ČT1	22:48:39	23:14:24	Čtvrtek	Premiéra	1,4	121	7,90
	08.02.2007	ČT1	22:50:38	23:16:26	Čtvrtek	Premiéra	2,0	173	11,34
	15.02.2007	ČT1	22:46:49	23:12:24	Čtvrtek	Premiéra	2,0	169	11,77
	22.02.2007	ČT1	22:50:46	23:16:56	Čtvrtek	Premiéra	2,0	170	11,45
	01.03.2007	ČT1	22:50:41	23:16:50	Čtvrtek	Premiéra	1,4	119	8,18
	08.03.2007	ČT1	22:48:37	23:14:17	Čtvrtek	Premiéra	2,2	191	13,07
	15.03.2007	ČT1	22:48:57	23:14:32	Čtvrtek	Premiéra	2,5	211	15,53
	22.03.2007	ČT1	23:02:56	23:28:39	Čtvrtek	Premiéra	1,1	97	9,28
	29.03.2007	ČT1	22:57:33	23:23:30	Čtvrtek	Premiéra	1,4	118	9,96
	05.04.2007	ČT1	23:46:49	24:12:53	Čtvrtek	Premiéra	1,0	83	11,85
	12.04.2007	ČT1	22:47:57	23:13:54	Čtvrtek	Premiéra	1,6	134	10,48
	19.04.2007	ČT1	22:51:32	23:17:32	Čtvrtek	Premiéra	2,2	192	13,84
	26.04.2007	ČT1	22:48:21	23:14:05	Čtvrtek	Premiéra	2,1	182	13,46
	03.05.2007	ČT1	22:51:11	23:17:19	Čtvrtek	Premiéra	1,5	132	9,93
	17.05.2007	ČT1	22:51:13	23:17:20	Čtvrtek	Premiéra	1,9	162	11,85
	24.05.2007	ČT1	22:50:12	23:16:11	Čtvrtek	Premiéra	1,7	149	11,02
	31.05.2007	ČT1	22:51:13	23:16:45	Čtvrtek	Premiéra	1,7	148	10,88
	07.06.2007	ČT1	22:52:20	23:18:30	Čtvrtek	Premiéra	2,1	181	13,43
	14.06.2007	ČT1	22:52:20	23:18:30	Čtvrtek	Premiéra	1,6	138	9,75
	21.06.2007	ČT1	22:55:08	23:21:07	Čtvrtek	Premiéra	1,6	138	10,82
	28.06.2007	ČT1	22:52:25	23:18:30	Čtvrtek	Premiéra	1,5	133	9,73
	06.09.2007	ČT1	22:37:58	23:04:06	Čtvrtek	Premiéra	2,1	182	10,40
	13.09.2007	ČT1	22:36:55	23:03:05	Čtvrtek	Premiéra	2,9	246	14,14
	20.09.2007	ČT1	22:47:54	23:14:06	Čtvrtek	Premiéra	2,0	173	11,19
	27.09.2007	ČT1	22:48:01	23:14:10	Čtvrtek	Premiéra	2,2	188	10,16
	04.10.2007	ČT1	22:48:12	23:14:18	Čtvrtek	Premiéra	3,3	281	17,59
	11.10.2007	ČT1	22:46:47	23:12:42	Čtvrtek	Premiéra	3,0	259	16,69
	18.10.2007	ČT1	22:46:54	23:12:51	Čtvrtek	Premiéra	3,5	299	20,03
	25.10.2007	ČT1	23:02:15	23:28:05	Čtvrtek	Premiéra	1,8	153	11,25
	01.11.2007	ČT1	22:46:17	23:12:26	Čtvrtek	Premiéra	2,7	235	15,84
	08.11.2007	ČT1	22:50:47	23:16:26	Čtvrtek	Premiéra	2,1	183	12,02
	15.11.2007	ČT1	22:45:56	23:11:29	Čtvrtek	Premiéra	2,8	240	14,60
	22.11.2007	ČT1	23:17:43	23:43:53	Čtvrtek	Premiéra	1,6	140	12,84
	29.11.2007	ČT1	22:31:21	22:57:31	Čtvrtek	Premiéra	2,7	233	11,67
	06.12.2007	ČT1	23:26:34	23:52:25	Čtvrtek	Premiéra	1,8	154	15,78
	13.12.2007	ČT1	22:46:20	23:12:19	Čtvrtek	Premiéra	2,6	221	13,58
	20.12.2007	ČT1	22:41:58	23:08:05	Čtvrtek	Premiéra	3,0	254	13,74
	27.12.2007	ČT1	22:41:19	23:07:26	Čtvrtek	Premiéra	2,1	182	8,52
	31.12.2007	ČT2	25:00:35	25:30:45	Pondělí	Premiéra	1,2	102	3,70
Průměr Q (43x) 2007							2,1	177	11,89

Zdroj: ATO - Mediaresearch

Titul	Datum	Kanál	Začátek	Konec	Den	Premiérovost	15+		
							Rating %	Rating tisíce	Share %
Q	05.01.2009	ČT2	23:12:12	23:38:19	Pondělí	Premiéra	0,9	75	5,51
	12.01.2009	ČT2	23:13:30	23:39:03	Pondělí	Premiéra	0,7	63	5,32
	19.01.2009	ČT2	23:11:45	23:37:52	Pondělí	Premiéra	0,8	70	5,77
	26.01.2009	ČT2	23:10:45	23:36:37	Pondělí	Premiéra	0,5	43	3,36
	02.02.2009	ČT2	23:13:03	23:38:35	Pondělí	Premiéra	0,8	69	5,65
	09.02.2009	ČT2	23:10:38	23:36:47	Pondělí	Premiéra	1,2	106	8,38
	16.02.2009	ČT2	23:16:04	23:42:08	Pondělí	Premiéra	0,8	72	5,79
	23.02.2009	ČT2	23:11:00	23:37:01	Pondělí	Premiéra	0,7	65	6,06
	02.03.2009	ČT2	23:11:48	23:37:57	Pondělí	Premiéra	0,8	66	5,72
	09.03.2009	ČT2	23:11:04	23:37:14	Pondělí	Premiéra	1,0	88	7,32
	16.03.2009	ČT2	23:15:27	23:41:31	Pondělí	Premiéra	0,6	50	4,78
	23.03.2009	ČT2	23:11:09	23:36:40	Pondělí	Premiéra	0,8	72	6,68
	30.03.2009	ČT2	23:11:17	23:37:25	Pondělí	Premiéra	0,8	68	5,30
	06.04.2009	ČT2	23:12:01	23:37:42	Pondělí	Premiéra	0,7	58	5,27
	13.04.2009	ČT2	23:45:12	24:11:03	Pondělí	Premiéra	0,2	15	2,30
	20.04.2009	ČT2	23:11:18	23:37:26	Pondělí	Premiéra	0,7	63	5,58
	27.04.2009	ČT2	23:10:36	23:36:43	Pondělí	Premiéra	0,9	79	6,75
	04.05.2009	ČT2	23:32:01	23:57:38	Pondělí	Premiéra	0,7	65	6,80
	11.05.2009	ČT2	23:13:24	23:39:04	Pondělí	Premiéra	0,4	39	3,50
	18.05.2009	ČT2	23:12:41	23:38:43	Pondělí	Premiéra	0,6	51	4,16
	25.05.2009	ČT2	23:12:22	23:38:30	Pondělí	Premiéra	0,7	60	5,12
	01.06.2009	ČT2	23:24:11	23:49:57	Pondělí	Premiéra	0,6	52	4,94
	08.06.2009	ČT2	23:11:51	23:37:51	Pondělí	Premiéra	0,6	50	4,10
	15.06.2009	ČT2	23:10:42	23:36:24	Pondělí	Premiéra	0,5	43	3,59
	22.06.2009	ČT2	23:11:05	23:37:15	Pondělí	Premiéra	0,6	50	4,47
	31.08.2009	ČT2	23:12:17	23:38:20	Pondělí	Premiéra	0,4	36	3,17
	07.09.2009	ČT2	23:11:33	23:37:10	Pondělí	Premiéra	0,5	45	3,86
	14.09.2009	ČT2	23:11:26	23:37:29	Pondělí	Premiéra	0,5	45	3,65
	21.09.2009	ČT2	23:11:56	23:37:58	Pondělí	Premiéra	0,5	48	4,55
	28.09.2009	ČT2	23:26:16	23:52:16	Pondělí	Premiéra	0,2	22	1,96
	05.10.2009	ČT2	23:10:46	23:36:47	Pondělí	Premiéra	0,8	68	5,47
	12.10.2009	ČT2	23:11:28	23:37:12	Pondělí	Premiéra	0,4	35	2,85
	19.10.2009	ČT2	23:11:41	23:37:39	Pondělí	Premiéra	0,6	53	4,32
	26.10.2009	ČT2	23:09:58	23:36:02	Pondělí	Premiéra	0,5	47	4,14
	02.11.2009	ČT2	23:26:12	23:51:59	Pondělí	Premiéra	0,4	33	3,26
	09.11.2009	ČT2	23:27:24	23:53:20	Pondělí	Premiéra	0,2	22	2,13
	16.11.2009	ČT2	23:23:46	23:49:56	Pondělí	Premiéra	0,4	37	2,72
	23.11.2009	ČT2	23:10:57	23:37:03	Pondělí	Premiéra	0,4	39	3,10
	30.11.2009	ČT2	23:11:36	23:37:35	Pondělí	Premiéra	0,8	74	6,42
	07.12.2009	ČT2	23:10:36	23:36:39	Pondělí	Premiéra	0,4	38	2,95
	14.12.2009	ČT2	23:10:28	23:36:36	Pondělí	Premiéra	0,5	47	3,53
	21.12.2009	ČT2	23:12:10	23:38:13	Pondělí	Premiéra	0,5	41	2,61
	28.12.2009	ČT2	23:10:19	23:35:49	Pondělí	Premiéra	0,7	57	3,43
Průměr Q (43x) 2009							0,6	54	4,55

Zdroj: ATO - Mediaresearch

Titul	Datum	Kanál	Začátek	Konec	Den	Premiérovost	15+		
							Rating %	Rating tisíce	Share %
Q	05.01.2010	ČT2	22:59:31	23:25:14	Úterý	Premiéra	0,6	55	3,64
	12.01.2010	ČT2	22:55:04	23:20:59	Úterý	Premiéra	0,5	44	2,89
	19.01.2010	ČT2	22:46:00	23:12:10	Úterý	Premiéra	0,6	49	3,05
	26.01.2010	ČT2	23:17:32	23:43:34	Úterý	Premiéra	0,6	54	4,47
	02.02.2010	ČT2	22:52:03	23:17:59	Úterý	Premiéra	0,8	70	4,53
	09.02.2010	ČT2	23:09:29	23:35:23	Úterý	Premiéra	0,7	60	4,73
	02.03.2010	ČT2	23:02:59	23:28:49	Úterý	Premiéra	0,5	47	3,37
	09.03.2010	ČT2	23:36:36	24:02:40	Úterý	Premiéra	0,5	42	4,91
	16.03.2010	ČT2	23:36:04	24:02:12	Úterý	Premiéra	0,4	38	4,19
	23.03.2010	ČT2	23:10:40	23:36:24	Úterý	Premiéra	0,7	58	5,17
30.03.2010	ČT2	23:29:50	23:55:41	Úterý	Premiéra	0,5	41	3,78	
Průměr Q (11x) I. čtvrtletí 2010							0,6	51	3,98

Zdroj: ATO - Mediaresearch

Příloha č. 3: Dotazník

Queer dotazník - diplomová práce



Dobrý den,

jmenuji se Michaela Beladová a dělám pro svou diplomovou práci na FSV UK výzkum ohledně pořadu České televize Q. Chtěla bych vás moc poprosit o vyplnění tohoto dotazníku a jeho případnou distribuci vašim kamarádům. Čím více respondentů seženu, tím kvalitnější bude jeho výsledek.

Předem moc děkuji.

PS: Všechny otázky označené hvězdičkou musí být povinně vyplněny.

1) Znáte pořad České televize Q (Queer)?	
Ano	
Ne	

2) Sledujete ho někdy?	
Pravidelně	
2 x do měsíce	
Méně často	
Nikdy (přejděte rovnou na otázku 7)	

3) Pokud ho sledujete, dáváte přednost vysílání:	
Živě na ČT	
Ze záznamu na internetu	

4) Vyhovuje vám vysílací čas pořadu Q na ČT?	
Ano	
Ne	

5) Vyhovují vám témata reportáží?	
Rozhodně ano	
Spíše ano	
Spíše ne	
Rozhodně ne	

6) Dozvíte se vždy něco nového?	
Rozhodně ano	
Spíše ano	
Spíše ne	
Rozhodně ne	

7) Co se vám na pořadu (ne)líbí?	

8) Pokud pořad nesledujete, proč?	
Je vysílán ve špatném čase	
Nelíbí se mi	
Nezajímá mě	
Neznám ho	

9) Jak hodnotíte kvalitu pořadu celkově (1-5, jako ve škole, tzn., že jednička znamená velmi kvalitní, pětka velmi nekvalitní)					
	1	2	3	4	5

10) Co byste na pořadu změnil/a?

--

11) Znáte někoho ve svém okolí, kdo pořad sleduje?	
Ano	
Ne	

12) Proběhl u vás coming out (ví vaše okolí o vaší sexuální orientaci)?	
Ano	
Ne	

13) Myslíte si, že byste se na pořad díval/a před svým coming outem?	
Ano	
Ne	
Nevím	

14) Která z následujících queer kategorií vás nejlépe charakterizuje?	
Buzna	
Lesba	
Transsexuál	
Transvestita	
Jiná	

15) Jste:	
Žena	

Muž	
Procházím právě změnou (transsexuál)	

16) Vyplňte prosím, do jaké věkové skupiny patříte:	
do 18 let	
18-26 let	
27-35 let	
36-45 let	
46-55 let	
56-65 let	
66 a více let	

17) Bydliště	
Praha	
Středočeský kraj	
Jihočeský kraj	
Plzeňský kraj	
Jihomoravský kraj	
Liberecký kraj	
Ústecký kraj	
Vysočina	
Pardubický kraj	
Královéhradecký kraj	
Olomoucký kraj	

Moravskoslezský kraj	
Zlínský kraj	
Karlovarský kraj	

Příloha č. 4: Souhrnné výsledky dotazníků

Results for: Queer dotazník - diplomová práce

1) Znáte pořad České televize Q (Queer)?

		Percentage	Responses
Ano		96.3	77
Ne		3.8	3
		Total responses:	80

2) Sledujete ho někdy?

		Percentage	Responses
Pravidelně		27.5	22
2 x do měsíce		16.3	13
Méně často		42.5	34
Nikdy (přejděte rovnou na otázku 7)		13.8	11
		Total responses:	80

3) Pokud ho sledujete, dáváte přednost vysílání:

		Percentage	Responses
Živě na ČT		32.9	23
Ze záznamu na internetu		67.1	47
		Total responses:	70

4) Vyhovuje vám vysílací čas pořadu Q na ČT?

		Percentage	Responses
Ano		33.8	23
Ne		66.2	45
		Total responses:	68

5) Vyhovují vám témata reportáží?

		Percentage	Responses
Rozhodně ano		20.0	14
Spiše ano		67.1	47
Spiše ne		10.0	7
Rozhodně ne		2.9	2
		Total responses:	70

6) Dozvíte se vždy něco nového?

		Percentage	Responses
Rozhodně ano		21.4	15
Spiše ano		55.7	39
Spiše ne		21.4	15
Rozhodně ne		1.4	1
		Total responses:	70

7) Co se vám na pořadu (ne)líbí?

(all results shown)

- Líbí se mi, že z pořadu vyzařuje nadsázka. A taky mám rád různé scénky, které moderátoři hrají :-)

- Nevyhovuje mi vysílací čas.

- Občas si tvůrci myslí, že jsou vtipní a originální a nejsou (to je i daň za každotýdenní vysílání). Někdy. Líbí se mi i vážná témata, i když na ně není takový ohlas např. homosexualita u Romů apod. Ženských témat by mohlo být více, ale jinak jsem s Q spokojená.

- rozhodně pro něj mám jen a jen chválu. Jsem sice heterosexuální, ale rozhodně jsem za něj ráda. Každý takový pořad rozšiřuje obzory a dělá společnost tolerančnější a liberálnější (aspoň v to doufám). Líbí se mi, že nenásilnou formou představuje "queer" svět ve všech jeho formách

- fakt to moc nesleduju.. líbí se mi reportáže ze zahraničí a z pridů... no, a taky je fajn to, že jsem přes queer poznal skupinu valach.org

nelíbí se mi vysílací čas a stopáž

- různorodá témata

- Přináší informace, ke kterým se nemůžu jednoduše dostat, příběhy, životní styl jiných lidí. Nelíbí se mi to, že je někdy ujetý tak, že žádné nosné sdělení nezachytím, někdy mi přijde samoučelný nebo jednostranný.

- Líbí se mi současný příklon k širším tématům než "co se děje v komunitě". Např. díl o poesii byl úžasný.
- má šmrnc
- Líbí se mi pořad...
- Vyhovuje mi pestrost témat
- moderatori
- „vtipné“ scénky moderátorů
- Za tu dobu, co Q(éčko) sleduju, si nevybavuju, že by mi něco vadilo.
- Především se mi líbí, že tento pořad vůbec je. Zpočátku jsem jej sledoval pravidelně, teď jen občas. 4asto jdou témata mimo mne a někdy mi vadí styl uvádění.
- nelíbí-málo L tématiky..vysílací čas líbí-art.. :)
- Ester Kočíková
- že ho většinou nestihnu
- Někdy je to až moc ujeté. Ve smyslu podléháním některých stereotypních zobrazení q "menšiny".
- moderátorka
- Líbí se mi, že je otevřený, někdy trochu hrubý a drzý.
- :-)
- Zajímá mne tato problematika a v tomto pořadu bych se o ní mohla něco dozvědět.
- Naprosto nesmyslný a zbytečný pořad za státní peníze zsloužící k exhibici několika zženštilých individuí, která mají tu drzost a vystupují jménem gayů. Naprosto neodráží realitu gay komunity, ale pouze několika málo vymetáčů gay klubů. Pořad by měl ukazovat skutečný život homosexuálů. Neukazuje realitu a nepřináší nic nového.
- že je pro teplý -líbí
- obdivuju otevřenost a široké spektrum temat
- nepoznam ho
- *
- líbí se mi grafické prvky
- Zajímavá témata, z prostředí kultury a života v jiných zemích světa.
- vysílací čas
- nekonvenčnost
- neutrální postavení
- Líbí: je pro queer komunitu a takových pořadů moc není.
- Povětšinou výkony moderátorů
- Pozdní vysílací čas, některé díly jsou nudné, ale většina stojí za to.
- Kontroverzní zajímavé reportáže.
- vše se mi líbí
- Nic konkrétního, občas zvolené téma.. nic proti gustu. Je vhodně vybrané, každý má svůj vkus :)
- Neznam ho..
- opravdovost
- nikdy jsem o něm neslyšela
- Sakra a ještě k tomu musím odpovídat na otázku 7 (je povinná) - viz odpověď v otázce číslo 10
- No toto :(!!!!
- Je celkově velmi vtipný. Spíš než díly o dění v gaykomunitách jednotlivých městech či zemích bych nahradila spíš cílenými tématy.
- Zdá se mi hloupý a mě nic neříká. Netuším, komu je vlastně určen.
- v pohodě
- Je celkem vtipný, bourá stereotypy o naší komunitě, ukazuje zajímavé lidi.
- přijde mi celkem normální.
- že vůbec je..
- Občas si všímám nevyvážené kvality mezi jednotlivými díly pořadu. Ale vysoce hodnotím jeho odvalu pouštět se do všemožných témat a občas nekonvenční pohled.
- Líbí se mi, že reportáže jsou nejen z Čech, ale občas i ze světa. Ale rada se samozřejmě dozvim, co se děje v české Queer kultuře.
- podání jednotlivých témat a jejich výběr, snaha být "alternativní" za každou cenu !
- absence moderátorů v zahraničních dílech
- Rozkořisaná úroveň od skvělých dílů - po díly které vznikly jen aby bylo co vysílat..
- líbí se mi zajímavá témata, hlavně reportáže ze zahraničí, a nelíbí se mi občas mírně nucený humor
- uvolněnost, stylovost, hravost, uměleckost, jinakost, jedinečnost, českost, pestrost a Kámen
- zábavnost
- Jeho kvalita kolísá. Dvě třetiny dílů jsou supr, třetina o ničem.
- neustala sexualizace teplej temy
- Ano: nadhled, vizuální styl, některá témata
- Ne: někdy trapná snaha za každou cenu "provokovat", často velmi špatný humor
- -
- líbí se mi pestrost a preju si navrat ester kocickove.
- vyplní díru na trhu, dívá se na určitou skupinu lidí novým, neotřelým a pro mnohé možná až příliš nekonvenčním způsobem .-)
- Baví, že boří zavedené stereotypy - klidně by mohl dostat víc prostoru a rozšířit svoje pole působnosti.
- že běží pozdě v noci
- líbí se mi vtipnost a lehkost (a moderátoři :-P)
- některé reportáže
- (-) někdy jde o autorskou onanii
- (+) je výtvarně zajímavý a čím dál tím víc queer
- Krátký
- nemám čas
- jeho vysílací čas mi nevyhovuje
- nic

- Je v pohodě.
 - nelíbí se mi styl pořadu a témata, která jsou volená a nepřiléhavá reálným problémům a životu queer jedinců.
- Za pozitivní považuji určitý krok dopředu v tom, že se takovýto pořad na obrazovce vůbec objevil
- L.B.I.:neznam osobne nikoho z meho okolí,kdo by byl odlišne orientovan a ke vsmu se dalo o tomto tematu otevrene mluvit.CHJO.Potom rada skouknu Q.Potom mam pocit,ze jsem ryba ve vode.Kazdopadne:zajimava temata v queer problematice...
 - Nevím je to takové divné, tím myslím náplní toho pořadu, mě třeba nezajímá v jakých buzinách co hrajou nebo je tam pozvánka na nějakou akci.
 - ..
 - Někdy jsou jeho témata dosti úzce zaměřená a pro mě někdy nezajímavá. V každém díle je ale určitě aspoň jedna reportáž, která mě zaujme
 - originalita:)
 - že neumí najít rovnováhu...pohodové témata někdy doplňuje příliš intelektuálními komentáři, někdy je příliš radoby vtipny, nebo uchylivý..chtelo by to nějakou jednotu...
 - nelíbí se mi moderátorky převedené za teletubies

8) Pokud pořad nesledujete, proč?

	Percentage	Responses
Je vysílán ve špatném čase	64.7	22
Nelíbí se mi	14.7	5
Nezajímá mě	11.8	4
Neznám ho	8.8	3

9) Jak hodnotíte kvalitu pořadu celkově (1-5, jako ve škole, tzn., že jednička znamená velmi kvalitní, pětka velmi nekvalitní)

1	2	3	4	5	Responses	Average Score
17 (22.67%)	32 (42.67%)	18 (24.00%)	5 (6.67%)	3 (4.00%)	75	2.27 / 5 (45.40%)
						2.27 / 5 (45.40%)

10) Co byste na pořadu změnil/a?

(all results shown)

- Dal bych větší prostor lesbám.
- Zřejmě nic.
- Více o holkách.
- nic mě nenapadá, vyhovuje mi tak, jak je
- vysílací čas, zpřístupnění i hetero lidem
- nevím
- vysílací čas :)
- délku - chtělo by to tak o 10 min více
- více alternativ
- Nic...
- vysílací čas
- více temat v jednom díle
- -
- Možná bych se přiklonila zpět více ke queer tématům.
- Asi nic. Myslím, že si své diváky najde i tak.
- vysílací čas.. více L tematiky
- nic
- když už bych ho měl měnit ,tak asi víc muzikí :) ale jinak bych ho asi neměnil :)
- Ráda bych větší konfrontaci s "většinovým" světem, nebýt tak tematicky sevřený. Názory hetero na aktivitu q.
- témata
- Více reportáží odjinud než z Prahy.
- :-)
- čas
- Celý koncept, moderátory, témata a produkci.
- délku
- delku poradu. mohl by byt delsi
- nepoznam ho
- *
- nevím
- nic
- zajímavější reportáže a vysílací čas.
- nejspíše nic
- nevím

- vysílací čas, délku
- směřoval bych pořad k méně extravagantním tematum
- Změnil některé moderátory.
- Momentálně nic zásadního.
- nic :)
- Více bych spolupracovala s "obyčejnými lidmi" a publikovala jejich příběhy :)
- Treba vetsi propagaci...?
- vysílací čas
- neznám tento pořad
- nevím a nepochápu sled otázek.
- Pokud nesleduje QUEER jdi na otázku 7 - tasm se ptáte co se mí na pořadu nelíbí a další 2 otázky směřují opět k danému pořadu, který nesleduji.
- Takový dotazník extrémě snižuje úspěšnost dokončení:)))) Bacha na to :))))
- jsem bez nápadů :-)
- asi všechno.)
- nic
- nevím
- nic
- V podstate nič..
- Možná trochu víc sjednotit formát, pravidelnější rubriky (i když chápu, že s ohledem na týdenní periodu je asi těžké je naplnit).
- Vysílací čas-klidne uz do 22 hodin.
- výběr témat a způsob jejich prezentace, přístup by měl být mnohem více serióznější, nikoli snažit se každým slovem říci vtip, věnovat se tématům více spjatých s životem v ČR, Čechů v zahraničí atd.
- vysílací čas
- Rozkořisaná úroveň od skvělých dělů - po díly které vznikly jen aby bylo co vysílat...
- díly by mohly být delší
- nic
- větší propagaci, uvést reprízu (pokud je, tak o ní nevím)
- nic mě nenapadá
- vrátil by som sa k viac politickým, aktualnym temam
- Zvednout celkovou úroveň. Velmi nevyrovnané příspěvky.
- -
- lepší čas, více zahraničních dělů, více debat či polemik
- chtěl bych dvd s okenky ester kocickove a anglickinou
- neumím odpovědět
- víc reportáží ze zahraničí
- nic
- reportáže :)
- nic, je specifický a jako takový je nutné ho chápat
- Více akcí v Praze.
- fakt nevím
- vysílací čas
- nic
- Nic :)
- bližší témata reálným problémům. Zaměření na mladé a jejich problémy. Comink out a podobně. Větší snahu o propojení do většinové společnosti.
- změnila? Více nakousnout osobní život lidí...a take problematika HIV (pozitivní život...muj+okoli+pomocne org....jak si nechat pomoci+jak mohu pomoci...)
- nevím
- ..
- myslím, že občas je zaměřen jen na dost spocifikou část GLBT komunity. možná by to někdy chtělo trochu širší záběr, přijde mi, že pořad je dělán hlavně pro pražské lidi.
- nektere reportaze mi přijdou zbytecne a podle me se na nektera temata zapomina... Adopce deti apod..
- formu,aby to bylo treba ve studiu...
- skoro celou strukturu

11) Znáte někoho ve svém okolí, kdo pořad sleduje?

	Percentage	Responses
Ano	67.1	53
Ne	32.9	26
Total responses:		79

12) Proběhl u vás coming out (ví vaše okolí o vaší sexuální orientaci)?

	Percentage	Responses
Ano	85.0	68
Ne	15.0	12
Total responses:		80

13) Myslíte si, že byste se na pořad díval/a před svým coming outem?

		Percentage	Responses
Ano		81.0	64
Ne		10.1	8
Nevím		8.9	7
Total responses:			79

14) Která z následujících queer kategorií vás nejlépe charakterizuje?

		Percentage	Responses
Buzna		39.7	31
Lesba		25.6	20
Transsexuál		2.6	2
Transvestita		1.3	1
Jiná		30.8	24
Total responses:			78

15) Jste:

		Percentage	Responses
Žena		46.3	37
Muž		51.3	41
Procházím právě změnou (transsexuál)		2.5	2
Total responses:			80

16) Vyplňte prosím, do jaké věkové skupiny patříte:

		Percentage	Responses
do 18 let		5.0	4
18-26 let		50.0	40
27-35 let		41.3	33
36-45 let		2.5	2
46-55 let		1.3	1
56-65 let		0.0	0
66 a více let		0.0	0
Total responses:			80

17) Bydliště

		Percentage	Responses
Praha		58.8	47
Středočeský kraj		6.3	5
Jihočeský kraj		2.5	2
Plzeňský kraj		2.5	2
Jihomoravský kraj		8.8	7
Liberecký kraj		2.5	2
Ústecký kraj		2.5	2
Vysočina		1.3	1
Pardubický kraj		1.3	1
Královéhradecký kraj		3.8	3
Olomoucký kraj		1.3	1
Moravskoslezský kraj		6.3	5
Zlínský kraj		1.3	1
Karlovarský kraj		1.3	1
Total responses:			80

Příloha č. 5: Jednotlivé odpovědi

Viz složka s naskanovanými dotazníky (pro velký objem dat se mi tyto nepodarilo vložit do dokumentu typu word).

Příloha č. 6: DVD se zkoumanými díly pořadu

Viz desky diplomové práce.