

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Markéta Štechová

**Produkční ideologie televizního seriálu *Proč
bychom se netopili.***

Diplomová práce

Praha 2009

Autor práce: **Markéta Štechová**

Vedoucí práce: **PhDr. Irena Reifová, Ph.D.**

Oponent práce:

Datum obhajoby:

Hodnocení:

Bibliografický záznam

ŠTECHOVÁ, Markéta. *Produkční ideologie televizního seriálu „Proč bychom se netopili“*. Praha: Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, 2009. 87 s. Vedoucí diplomové práce PhDr. Irena Reifová, PhD.

Anotace

Diplomová práce „Produkční ideologie televizního seriálu *Proč bychom se netopili*“ se zabývá výrobním procesem mediálního produktu. Konkrétním zaměřením se práce soustředí na tvorbu jedné z hlavních postav seriálu, postavy Kenyho, a na pozici tvorby této postavy v celém produkčním procesu. Výchozí myšlenky práce formoval přístup kulturních studií, která v sobě zahrnují jak přístup strukturalistický, vycházející z lingvistiky Ferdinanda de Saussura, tak přístup ideologický, čerpající především z Louise Althussera. Produkční ideologii zkoumá Elena Levine, jejíž rozčlenění pěti základních kategorií ovlivňujících výrobu se stalo odrazovým můstkem pro analýzy této práce. Jedná se o analýzy kvalitativních rozhovorů se zástupci klíčových profesí, které jsou přítomny procesu tvorby televizního seriálu. Rozhovory a jejich analýzy jsou vedeny v duchu zakotvené teorie. Základním analytickým východiskem tohoto výzkumu jsou pak mytologie Rolanda Barthesa. V promluvách o produkčním procesu se jako významné jeví kategorie rutiny, mýtus ideálního vodáctví a postava Kenyho jako jeho symbol, produkční podmínky producenta (České televize) a divák jako poslední instance, ke které se informanti vztahují. Na těchto kategoriích stojí mytologie výjimečnosti, která se stává hlavním nástrojem pro přitahování divákovy pozornosti. Práce dále zkoumá, jak jsou jednotlivé kategorie provázány, jak jsou tvořeny hlavní mýty, které se v rozhovorech objevují, a jak výsledek analýz koresponduje s členěním Eleny Levine.

Annotation

The diploma thesis „Production Ideology of the television serial *Proč bychom se netopili*“ deals with the production process in the making of a television serial. The initial focus was on the formation of one of the main characters, Keny, and on his position in the production as a whole. The thesis builds upon the ideas developed by cultural studies. These combine the structuralist approach inspired by the linguistics of Ferdinand de Saussure with the ideological approach based mainly on the thought of Louis Althusser. The production process is enquired into by Elena Levine who distinguishes five key categories of production. The research section which represents the core of the present diploma thesis is methodologically formed by grounded theory. It is based on qualitative interviews with those in key positions with respect to the production process. In the analytical section, the thesis operates with Roland Barthes’s concept of mythologies. In the interviews, the informants make reference to the category of production routine, of the myth concerning the ideal „waterman“ (the main character Keny being a symbol of this myth), of the production conditions in Czech Television and of the viewer who appears to be the ultimate instance. These categories constitute the mythology of the exceptional which is used to attract the viewer’s attention. The diploma thesis enquires into the relations between the given categories in order to understand how the myths and the mythology are constructed and to what extent the final order corresponds to Elena Levine’s articulation.

Klíčová slova

produkční, ideologie, televizní, seriál, mytologie

Keywords

production, ideology, televison, serial, mythologies

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracoval/a samostatně a použil/a jen uvedené prameny a literaturu. Práce má rozsah 166 727 znaků s mezerami.
2. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna veřejnosti pro účely výzkumu a studia.

V Praze dne 21. května 2009

Markéta Štechová

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala PhDr. Ireně Reifové, Ph.D. a své rodině za dlouhodobou podporu a podnětné připomínky. Moje poděkování patří také celému štábu televizního seriálu *Proč bychom se netopili*.

Obsah

1	Úvod	8
1.1	Motivace diplomové práce. Zkušenosti autorky práce a její pozice ve zkoumaném poli	9
1.2	Souvislost s mediální problematikou.	10
2	Teoretický úvod. Hlubší vhled do související tematiky.	13
2.1	Stručný přehled vývoje v oblasti kulturních studií v souvislosti s mediální vědou. Mediální kulturní studia.....	13
2.1.1	Vybrané aspekty produkční ideologie televizního seriálu	17
2.2	Sémiotika jako odrazový můstek po výzkum současného českého seriálu.....	19
2.2.1	Znaky a jejich uspořádání.....	19
2.2.2	Proces signifikace jako proces tvorby mytologií	20
2.3	Serialita a narace	23
2.4	Specifika televizní narace a seriality	26
2.4.1	Požadavek na realističnost a melodramatická imaginace u diváků Dallasu 26	
2.4.2	Herec, postava, typ, stereotyp.....	29
2.5	Klíčové teoretické body pro zkoumání českého televizního seriálu. Preferované čtení.....	32
3	Praktická část: výzkum tvorby televizního seriálu při jeho natáčení	35
3.1	Použitá metodologie.....	35
3.1.1	Obecné uvedení do problematiky metody zakotvené teorie.....	38
3.1.2	Metoda.....	39
3.2	Prezentace nástrojů použité metody. Zúčastněné pozorování a hloubkové rozhovory	41
3.3	Prezentace průběhu výzkumu, konkrétní postupy	43
3.3.1	Pozorování v srpnu 2007. Druhá fáze natáčení seriálu a její specifika.....	43
3.3.2	Hloubkové rozhovory.....	44
3.3.3	Analýzy na přelomu roku 2008 a 2009	46
4	Analytická část: pohled na zjištěné údaje z teoretické perspektivy	48
4.1	Analytická východiska	48
4.1.1	Synopse seriálu	51
4.2	Analýza zjištěných údajů.....	52
4.2.1	Rutinní a technologické podmínky, prvek náhody	54
4.2.2	Předloha a s ní související mýty, v jejichž centru se nachází mýtus ideálního vodáctví	60
4.2.3	Postava Kenyho jako symbol ideálního vodáctví	63
4.2.4	Jinakost, výjimečnost	67
4.2.5	Divák jako poslední instance	70
4.3	Závěry vyplývající z analýz.....	74
5	Závěr	80
	Resumé	82
	Použitá literatura	83
	Seznam příloh	87

1 Úvod

Tato práce kombinuje empirickou zkušenost s teoretickým vhladem do problematiky produkční ideologie současného českého seriálu. Výchozím zaměřením výzkumu byla tvorba jedné z hlavních postav seriálu České televize *Proč bychom se netopili*, postavy Kenyho. Tvorba postavy je součástí produkčního procesu vytváření narativních konstrukcí, které v sobě nesou ideologické stopy. Vzhledem k tomu, že od zaměření na tvorbu postavy jsem během výzkumu došla k obecnějším závěrům vztahujícím se k celému procesu produkční ideologie, rozhodla jsem se změnit také název práce. Původní název „Vybrané aspekty produkční ideologie současného českého seriálu na příkladu výroby seriálu *Proč bychom se netopili*. Formování výsledné podoby hlavní postavy seriálu“ byl po schválení nahrazen přehlednějším „Produkční ideologie televizního seriálu *Proč bychom se netopili*“. Pro zkoumání souvislostí, které produkční proces televizního seriálu formují, jsem vycházela z nosných myšlenek kulturních studií, které se dlouhodobě zabývají narativní mediální tvorbou.

Na procesuální stránku produkce v souvislosti s produkční ideologií výrazněji upozornila Elena Levine ve své eseji *Toward a paradigm for media production research* (2001). Její okruhy produkce televizního seriálu jsou v této práci propojeny s hlubším vhladem do problematiky tvorby významů v oblasti televizní produkce. Nejen její práce upozorňuje na význam výzkumů v oblasti produkce, které se snaží vyvažovat v současnosti převažující zaměření na rekonstrukci významů na straně publik.

Na základě kvalitativní analýzy rozhovorů se zástupci profesí, klíčových pro tvorbu postavy v seriálu, jsou v této práci rekonstruovány základní významotvorné procesy. Uvnitř těchto významotvorných procesů vyvstávají mytologie, které jsou odrazem jak ideologického zázemí jednotlivých informantů, tak producenta seriálu, České televize. Cílem práce je odhalit, jak jsou tyto mytologie utvářeny, jak se vztahují k divákovi a jak je definována jejich relevance v kontextu ostatní mediální produkce.

1.1 Motivace diplomové práce. Zkušenosti autorky práce a její pozice ve zkoumaném poli

Práce, týkající se produkčních aspektů tvorby českého seriálu, vychází z otázek, které jsem si kladla v souvislosti s přímou zkušeností s účastí na tvorbě českého seriálu *Proč bychom se netopili* (Česká televize, 2009). Jakožto adeptka na jednu z rolí jsem se zúčastnila výběru hereckého obsazení seriálu a byla jsem vybrána pro roli Lucie. Seriál byl důkladněji připravován (jak se později dočteme i v rozhovoru se scénáristou Miroslavem) od léta 2005, první fáze natáčení proběhla v období od dubna do října 2006 a druhá fáze pak v červenci a srpnu 2007. Následovalo období střihu natočeného materiálu, zvukových úprav a dodání hudby pro seriál. Seriál byl vysílán v období ledna až března 2009.

Zkušenost, kterou jsem se seriálem učinila, se v některých momentech prolínala s mými studijními zájmy, především v oblasti problematiky kulturních studií a jejich přístupu k produkční ideologii mediálních produktů. Prvním impulsem k napsání práce na toto téma byla tedy otázka: lze, s pomocí faktu, že jsem byla přítomna velké části příprav seriálu, zachytit důležité aspekty tvorby produkční ideologie seriálu? Jako konkrétní objekt, na kterém jsem chtěla tuto otázku zkoumat, jsem později vybrala postavu Kenyho, jenž v určitých momentech v seriálu vystupuje jako vypravěč.

Kromě impulsu, který představovala bezprostřední blízkost a také jistá míra participace na tvorbě televizního mediálního produktu, jsem byla ovlivněna také sociologickou zkušeností ze svého bakalářského studia. V bakalářské práci *V hlavní roli herec* zpracovávající téma hereckého povolání z pohledu studentů herectví jsem již také využila metodu, kterou uplatňuji i ve svém nynějším výzkumu. Jedná se o metodu kvalitativních rozhovorů následně analyzovaných v duchu zakotvené teorie, především podle Anselma Strausse a Juliette Corbinové a také podle českého metodologa Jana Hendla (Strauss, Corbinová, 1999; Hendl, 1999).

Tato práce si neklade za cíl zmapovat obecně platné podmínky tvorby televizního mediálního produktu¹. Kulturní studia, která byla výchozím myšlenkovým

¹ Pojem mediální produkt, který používám v celé své práci, je v drtivé většině případů užíván bez důrazu na ekonomickou konotaci slova „produkt“. Jedná se pouze o snahu termínově ohraničit výsledek mediální

zázemin pro zpracování daného tématu, často hledají odpověď na otázku, kdo je vlastně držitelem významů, které jsou v mediálních obsazích přítomny. Ani tímto směrem se ve své práci nevydávám, protože se nesoustředím na (jistě atraktivní a v mnohém klíčový) „souboj“ mezi divákem a producentem mediálního obsahu.² Pole mé působnosti mi však toto zkoumání neumožňovalo.

Výsledkem této práce nemá být ani představa, o čem seriál vypráví (například pro čtenáře, který neměl možnost ho vidět), nebo jaký je jeho výsledný obsah. Dokonce jsem naopak přesvědčena, že výsledky mých analýz se mohou od definitivní podoby seriálu a toho, co je v něm zřetelně tím kterým divákem rozklíčováno a vnímáno, výrazně lišit. Cílem práce je zmapovat hodnoty a mýty³, které se objevují v promluvách jednotlivých profesí, podílejících se na tvorbě tohoto mediálního produktu. Profesemi, jež jsem vybrala jako pro výzkum relevantní, jsou pozice režiséra, dále pozice herce ztvárňujícího postavu Kenyho, scénáristy, výkonné produkční a dramaturga seriálu. Kromě kvalitativních rozhovorů pomocí návodu⁴ jsem jako výzkumný nástroj použila zúčastněné pozorování, které jsem prováděla v období července a srpna 2007, tedy ve druhé fázi natáčení seriálu, s již nabytými zkušenostmi z předchozího roku, kdy probíhala první, déle trvající fáze natáčení. Ke své pozici „insidera“, která z hlediska sociologického výzkumu představuje řadu výhod i nevýhod, se vrátím v kapitole 3.1.2., věnované metodě, kterou byl výzkum proveden.

1.2 Souvislost s mediální problematikou.

Jak vyplývá z výše uvedeného, analýza rozhovorů týkajících se produkce současného českého televizního seriálu může být v oblasti mediálních studií vázána na mnoho okruhů teoretických úvah. Především je ale nutné si uvědomit, že otázka, co vlastně zástupci jednotlivých klíčových profesí do mediálního produktu vkládají, s

produkce (televizního seriálu *Proč bychom se netopili*) v případech, kdy se dané informace netýkají jen televizních seriálů.

² Publika však bezesporu hrají jednu z nejvýznamnějších rolí při určování, co vlastně mediální produkty jsou a jaké významy v sobě nesou, jak se o tom zmiňuje např. John Hartley v nové předmluvě ke knize *Reading Television* (Fiske, J., Harley, J., 2003).

³ Mýty jsou zde myšleny ve významu, v jakém jsou užívány v teorii Rolanda Barthesa, především v jeho klíčové práci *Mytologie*. (Barthes, 2004). Podrobněji se teorii nové sémiotiky, mytologiím a souvislosti s analýzami provedenými v této práci věnuji v kapitolách 2.2.2. a 4.1.

⁴ K tomuto výzkumnému nástroji se podrobněji dostávám v kapitole věnované metodě (3.1.2.).

jakým záměrem, a jak o tom vypovídají, může pomoci celému chápání výsledného mediálního produktu. Jestliže hraje zkoumání významů v oblasti sémiotiky jakožto zásadní oblasti mediálních studií klíčovou roli⁵, pak kvalitativní výzkum analyzující promluvy těch, kdo významy produkují, může dodat hlubší vhled do dané, konkrétně vymezené problematiky.

Procesem tvorby mediálního produktu se zabývá Elena Levine ve své eseji *Toward a paradigm for media production research* (Levine, 2001). Levine zdůrazňuje, že zkoumání výroby mediálních produktů může vedle teoretických a metodologických prací přinést další nové poznatky v oblasti kulturních studií a užitečně je doplnit. Sama se zaměřuje na produkční proces amerického seriálu *General Hospital*, a to v tématech textu, publika a sociálních obsahů.

Z historického hlediska byl zájem o produkční oblast v mediálních studiích redukován na pohled politické ekonomie, tedy na „oběh peněz spíše než oběh významů, takže pro kulturní studia se stalo obtížným propojit produkční postupy s otázkami diskurzu a moci (s výjimkou moci ekonomické)⁶“ (Levine, 2001: str. 134; překl. M.Š.). Levine odkazuje na kruhový kulturní model Richarda Johnsona (Johnson, 1986-1987), který zobrazuje vztahy vzájemného působení mezi produkcí, texty, publiky a kontextem⁷. Z jeho poznatků o způsobech, jakými je třeba se ubírat při analýzách mediální produkce, Levine vybírá především zkoumání „rejstříku *kulturních* elementů, jako jsou jazyková a diskurzivní pravidla a třídní, rasové a genderové spory, které se těchto pravidel týkají, tak, jak se vyskytují v produkční sféře⁸“ (Johnson in Levine, 2001: str. 134; překl. M.Š.; kurzívou v originále). Na základě svého konkrétního výzkumu Levine definuje pět oblastí, které považuje pro výrobu mediálního produktu a jeho výslednou podobu za klíčové. Jedná se o produkční omezení, produkční prostředí,

⁵ O tomto významu hovoří například Graeme Turner při formulování hlavních myšlenek kulturních studií, když rekapituluje hlavní přínos klasiků zabývajících se sémiotikou v mediálním kontextu (Turner, 2003: str. 13). Vztahem kulturních studií a sémiotiky se práce zabývá v dalších kapitolách.

⁶ V originále: „With production-oriented scholarship practiced for so long by those more interested in the circulation of money than the circulation of meaning, it has been difficult for cultural studies scholars to connect production practices to the questions of discourse and power (aside from economic power) (...)“.

⁷ V originále: „...circuit of the production, circulation and consumption of cultural products“ (Johnson, 1986-1987: str. 46). Model, který Johnson vytvořil, označuje a v kruhu umísťuje jednotlivé aspekty cirkulace kulturních produktů, jako jsou žitá kultura, sociální vztahy a texty. Různé podmínky vzniku těchto produktů pak vstupují do tohoto cirkulačního procesu z různých stran. Johnson tedy akcentoval procesualnost a vzájemný vliv jednotlivých složek kulturní produkce.

⁸ V originále: „... exploring a range of *cultural* elements, such as rules of language and discourse and classed, raced, and gendered struggles over these rules as they occur within the the production sphere“.

produkční praktiky a rutiny, produkci charakterů a příběhů a roli publika v rámci produkce (Levine, 2001: str. 135) Těmto oblastem se Levine ve své eseji dále věnuje. Především oblast tvorby charakterů a příběhů, ve které autorka například cituje scénáristu nebo herce, kteří v promluvách směšují reálné životy s příběhy seriálových postav, dobře vystihuje některé podmínky produkce, zachycené i v této diplomové práci týkající se produkce českého seriálu.

Její členění na zmíněných pět oblastí může ovšem být pro funkční výzkumnou praxi sporné: pro hlubší proniknutí do oblasti tvorby charakterů a příběhů se neobejdeme bez vymezení produkčních praktik a rutin, jak tomu nasvědčuje například popis herecké a režijní práce v rozhovorech⁹. Stejně tak produkční prostředí zjevně zasahuje do oblasti tvorby postav a příběhů, konkrétně ve výzkumu současného českého seriálu, kde se charaktery, jejich promluvy a ve výjimečném případě i dějové linie odchyľují od scénářů a mění přímo v průběhu natáčení, „na place“.

Sama Levine ve svých závěrech ovšem zdůrazňuje, že její esej představuje především inspiraci pro případná další zkoumání v oblasti výroby mediálních produktů. Její snaha aplikovat Johnsonův model kulturní cirkulace (Johnson, 1986-1987) na praktický výzkum vyznívá ve prospěch kombinace analýz jak ekonomických, tak kulturních prvků, což znamená svébytný proces neopomíjející další sféry kulturní cirkulace. „Jak si řada vědců v oblasti mediální komunikace uvědomila, výzkumy zaměřené na produkci mohou prokázat vazby mezi komerční kapitalistickou základnou médií a jejich ideologickými sděleními¹⁰“ (Levine, 2001: str. 148; překl. M. Š.). I tato práce se vztahuje k produkčnímu procesu jakožto svébytné oblasti mediálních studií, přičemž klade důraz na cirkulaci idejí, jak krystalizují v promluvách jednotlivých informantů. Promluvy, které se týkají tvorby jedné z hlavních postav, tvoří mytologické podhoubí výsledné podoby televizního seriálu.

⁹ K promluvám o technikách a praktikách v rámci provedených kvalitativních rozhovorů se vrátím v analýzách v kapitole 4.

¹⁰ V originále: „As a range of media communication scholars have realized and continue to realize, production-centered research can demonstrate the links between commercial media's capitalist base and their ideological messages“.

2 Teoretický úvod. Hlubší vhled do související tematiky.

2.1 *Stručný přehled vývoje v oblasti kulturních studií v souvislosti s mediální vědou. Mediální kulturní studia*

Kulturní studia byla a jsou jednoznačně multiparadigmatickou oblastí, která spojuje několik různých myšlenkových proudů v představě o tom, jak zkoumat média, jejich produkty, obsahy a publika. Přesto v rámci těchto studií existují styčné body. Jsou to především principy, motivace, hlavní zájmy a teoretické kategorie, které se v průběhu vývoje ustálily jakožto východiska pro další zaměření (Turner, 2003: str. 9). Jedním z takových východisek je bezesporu lingvistické teorie jazyka Ferdinanda de Saussura, který ukázal, že jazykový systém organizuje, konstruuje a tak umožňuje přístup k určitému pojetí reality (ibidem: str. 11). Pro kulturní studia je podstatné, že de Saussure trval na tom, že vztah mezi světem a jeho významem je konstrukcí, nikoli danou věcí, což je myšlenka, která nás přivádí k sociální a kulturní dimenzi jazyka. Proto je Ferdinand de Saussure obecně považován za otce zakladatele sémiotiky jakožto vědy, která se zabývá vztahem mezi jazykem, jeho významy a jeho kulturní daností (Fiske, Hartley, 2003: str. 22-23). Tento lingvistický základ dal také vzniknout dalším významným paradigmátům, jako je například strukturalistická antropologie především v pojetí Clauda Lévi-Strausse, který zkoumal symbolické systémy fungující v „primitivních“ společnostech, nebo nová sémiotika Rolanda Barthesa. Ten popsal způsob, jakým jsou tvořeny moderní, buržoazní mytologie, a aplikoval své poznatky na konkrétní příklady z mediálního prostředí (Barthes, 2004).

Sémiotické analýzy se staly inspirací pro analýzy zaměřené na text, tedy na mediální sdělení v jeho textuální podobě. Termín text převzala kulturní studia pro své potřeby z literární vědy a v jeho užívání je také vyjádřena paralela mezi analýzou literárních textů a analýzou, kterou kulturní studia aplikují na populární kulturní texty. Text se stal především významným polem, ve kterém se kulturní významy stávají dostupnými dalšímu zkoumání, spíše než objektem studia jako takovým. Povaha zájmu kulturních studií o tyto významy je podstatná pro chápání další vazby na marxistické

filosofické myšlenkové proudy, které se v oblasti především britského akademického prostředí prosazovaly v šedesátých letech dvacátého století (Turner, 2003: str. 16-17).

Tento filosofický přístup je charakterizován kritickým pohledem na klasické marxistické tvrzení, že kultura je absolutně ovládána ekonomickými společenskými vztahy. Nový pohled na kulturu jí přikládá aktivnější pozici a její vztah s ekonomickými společenskými vazbami považuje spíše za reciproční než za jednostranně mocensky založený (Bennet in Turner, 2003: str. 18). K tomuto přístupu významně přispěl Louis Althusser, který popsal klíčové ideologické aparáty státu (jako jsou zákony, rodina nebo vzdělávací systém) a jejich propojení s ekonomickými podmínkami.

„Na základě toho kulturní studia prosazovala, že kultura není ani jednoduše závislá nebo nezávislá na ekonomických vztazích. Jak Althusser dokazuje, jedná se spíše o množství vlivů, ekonomických, politických a kulturních, které mezi sebou soupeří a vytvářejí konflikty za účelem vytvoření komplexní společenské jednoty”¹¹“ (Turner, 2003: str. 18; překl. M. Š.; v originále kurzívou, zde tučně).

Termín *komplexní jednota* užívá Stuart Hall dokonce k vyjádření toho, že jednotnost je iluzorní v představě, že různé společenské instituce mají různé zájmy. Ve skutečnosti pouze hrají jakousi hru ve jménu určitého společenského konsensu (McRobbie, 2006: str. 28). Tento společenský konsensus je dán snahou zachovat kapitalistické hodnoty a existující společenský řád. Stuart Hall tímto termínem, který zavedl na základě Althusserovy teorie, vyvolává představu užívání mnoha naturalizovaných prostředků k chápání světa, které vedou zdánlivě každý jiným směrem. Ve skutečnosti se ale slévají v jedinou cestu.

Althusserova teorie nabízí posun v uvažování o propojení společenských vlivů a nový způsob, jak se vyrovnat se s ekonomickým determinismem. V úvahách o propojenosti, autonomii či nadřazenosti jednotlivých sfér lidského konání došel

¹¹ V originále: „Cultural studies insisted that culture is neither simply dependent on nor simply independent of economic relationships. Rather, as Althusser argues, there are many determining forces – economic, political *and* cultural – competing and conflicting with each other in order to make up the complex unity of society“.

Althusser k termínu *relativní autonomie*. Jedná se o jeden z jeho klíčových pojmů, koncentrující výše uvedené myšlenky. Obsahuje tvrzení, že ekonomické, politické a ideologické praktiky jsou rozdílnými, ale koexistujícími oblastmi lidské aktivity, které na sebe vzájemně působí. Ekonomická sféra je podle něj skutečně determinující pro všechny ostatní sociální sféry lidských aktivit, ovlivňuje je takzvaně „v poslední instanci¹²“, přesto však politické a ideologické aktivity mají svou vlastní relativní autonomii, která je dána například vlastními strukturami, vlastní dynamikou, historií (White, 1992: str. 168-169). Právě relativní autonomie především ideologického působení tedy znamená významný vliv na zkoumání způsobů reprezentace v mediálních studiích.

Revize klasického marxistického pojetí ideologie, jak ji provedl Louis Althusser, se v některých momentech důležitých pro mediální studia překrývá s myšlenkami Antonia Gramsciho, který se proslavil odhalením působení *hegemonie*. Vyjádřil tak komplexitu cest, kterými dominantní ideologie kontroluje a ovládá společnost. Gramsci se zabírá způsobem, jakým ideje formují a organizují lidské masy, přičemž používá termíny jako „osvojování si vědomí vlastní pozice¹³“. Stuart Hall označuje tento směr za klíčový pro další vývoj marxistického myšlení v oblasti ideologie. Hegemonie je tedy ideologickým nástrojem, který umožňuje vládnoucí společenské ideologii rozpoznávat a akceptovat zájmy nevládnoucích společenských tříd. Důležitým momentem, který hegemonii umožňuje, je *common sense*, tedy „zdravý rozum“, který hegemonie často využívá ke vtáhnutí vzdorujících idejí do většinového smýšlení. Mimi White logicky vztahuje Gramsciho koncept na média jakožto nástroj mocenské převahy, který je svými vlastnostmi ideálně uzpůsoben pro hegemonické působení (White, 1992: str. 167-168). *Common sense* a jeho (zne)užití úzce souvisí také se zdáním přirozenosti a spontánnosti, které je hegemonii vlastní. Toto zdání (a nutnost ho vyvolat) představuje dokonce předpoklad udržení nadvlády prostřednictvím sdílených obrazů a interpretací.

Na přirozenost, se kterou je v textu manipulováno, v duchu strukturalistické tradice navazuje Roland Barthes ve svém konceptu mytologií. V gramsciovském pojetí lze také na tvorbu mytologií zcela jednoznačně nahlížet jako na důsledek hegemonického působení. Mytologie v médiích přijímáme, aniž bychom jakkoli

¹² V originále: „in the last instance“ (White, 1992: str. 168).

¹³ V originále: „...acquire consciousness of their position“ (Gramsci in Hall, 1996: str. 41).

zpochybňovali jejich „danost“, právě v důsledku všudypřítomnosti vládnoucí ideologie, již zaměňujeme za přirozenost. K nepřirozenosti mýtů a ke způsobům nahlížení na mýty, tedy ke způsobům jejich čtení, se dostanu podrobněji v kapitole 2.2.2. věnované teorii Rolanda Barthesa.

Michel Foucault, který bývá označován jako poststrukturalistický myslitel, zdůrazňuje mocenský aspekt ideologického působení. Záměrně se vyhýbá strukturalisty zavedené terminologii a v mnoha ohledech se vůči strukturalismu vymezuje. Je to Foucault, kdo dal význam pojmu *diskurs*, a jeho výstavbou také popisuje mocenské vztahy. Diskurs pojímá jako celek, v rámci kterého „za výpověďmi samými se hledá znovu intence hovořícího subjektu, jeho vědomá aktivita, to, co chtěl říci, anebo nevědomá aktivita, která se bez ohledu na něj odehrála v tom, co řekl“ (Foucault, 2002: str. 45). V rámci diskursů se formují pravidla řádu, tedy také hodnot, které tento řád živí a udržují jeho funkčnost. Diskursivní pole je polem výsostně mocenským, které umožňuje za pomoci institucionálních opor kontrolovat obsah sdělení, která jsou v jeho rámci vyprodukována (Foucault, 1994: str. 11-12). Foucaultovo pojetí představuje vyhraněnější a restriktivní pohled na ideologické působení.

Pojem ideologie v althusserovském a gramsciovském pojetí, doplněném o Foucaultovo zdůraznění mocenských vztahů, se tak pro výzkumy v rámci kulturních studií stává nezbytným prvkem, který, stejně jako sémiotický princip vytváření jazykové skutečnosti, umožňuje chápat realitu jakožto ideologický konstrukt. Tento konstrukt je pak prostředkem interpretace a uvědomování si reality. V užším vymezení, které je klíčové pro tuto práci, lze tento koncept vztáhnout na pojem produkční ideologie, která zahrnuje jak mocenské vztahy, které vstupují do procesu výroby, tak dominantní ideje, ovlivňující obsah vytvářeného televizního seriálu.

Produkční ideologii seriálu se pokusila definovat Dorothy Hobson na základě svého výzkumu *Crossroads: The Drama of a Soap Opera* z roku 1982. Soustředí se také (kromě zkoumání publika) na produkční složku seriálu, která pomocí vytváření pravidel a zavádění pravidelných technologických postupů konstruuje produkční ideologii seriálu. Produkční ideologii se tedy rozumí způsob, jakým je v praxi vytvářeno výsledné dílo a s jakým záměrem, a jaké existují produkční představy o výsledném textu. Do tohoto procesu jsou zapojeny i představy o tom, jak má publikum text přijímat

(Hobson in Turner, 2003). Hobson také zmiňuje mocenské vazby v souvislosti s produkční ideologií soap oper, a to především mocenské působení ze strany producentů. Producent uplatňuje kontrolu nad průběhem výroby (Hobson, 2003: str. 63). Produkční ideologie, jak ji definuje Hobson, je tedy tvořena standardizovanými praktikami, které si osvojili a stále osvojují tvůrci seriálu, jejich povědomím o tom, jak tyto praktiky mají vypadat, idejemi, které jsou v rámci těchto praktik funkční, a také mocenskými vztahy.

Tuto definici, taktéž v oblasti tvorby soap opery, doplňuje Robert C. Allen, který upozorňuje na to, že výroba televizního seriálu tohoto druhu znamená vysoce organizovaný proces. V tomto případě je ale tato definice platná spíše právě jen na oblast výroby soap oper, které jsou vysílány dlouhodobě a s vysokou frekvencí a Allen u nich hovoří o vysokém stupni standardizace. Zmiňuje ale také, že „produkce textu soap opery představuje použití organizačních a manažerských strategií industriálního kapitalismu na produkci textů¹⁴“ (Allen, 1985: str. 46). To je definice, kterou lze uplatnit na širokou škálu mediálních produktů, včetně televizních seriálů obecně, ovšem s vědomím redukcionismu, na kterém je patrný vliv ekonomického determinismu.

2.1.1 Vybrané aspekty produkční ideologie televizního seriálu

V rámci dané definice produkční ideologie lze konkrétněji vymezit některé klíčové aspekty, které produkční ideologii utvářejí. Hobson tyto aspekty definovala na základě pozorování schůzek produkce, zkoušek a samotného natáčení, které pak popsala ve své knize. Odhaluje tři základní pole, na kterých se televizní program utváří: jedná se o produkční proces, program samotný a porozumění programu divákem. Hobson tedy pokládá otázku: o čí program se jedná? Její úvahy o tom, kdo je vlastníkem obsahu seriálu *Crossroads*, ústí v konstatování, že „komunikace není v žádném případě jednosměrným procesem a publikum přispívá k tvorbě toho, co je seriál *Crossroads*, stejně významně jako tvůrci programu¹⁵“ (Hobson in Turner, 2003: str. 118; překl. M. Š.). Odkazuje tak na koncept Stuarta Halla o vyjednávaném významu, který shrnul ve

¹⁴ V originále: „The production of soap opera texts does represent an application of the organisational and management strategies of industrial capitalism to textual production“.

¹⁵ V originále: „Communication is by no means a one-way process and the contribution which the audience makes to *Crossroads* is as important as the messages which the program-makers put into the program“.

svém popisu procesu kódování a dekodování¹⁶. Přestože Hobson obecně klade důraz na publikum jako částečného vlastníka mediálního obsahu, její zkoumání v oblasti konkrétních aspektů produkční ideologie je zásadní.

Za zpřesnění produkční ideologie lze považovat také členění Eleny Levine, které je dáno již zmíněnými pěti kategoriemi mediální tvorby. Také ona v rámci těchto kategorií zdůrazňuje rutinní charakter produkční práce, za kterým se skrývá mnoho ideologických otázek. Levine především popisuje pravidelné schůzky scénáristů a tvůrců seriálu, během kterých je vyjednáván význam, který je do sdělení kódován. Těmito schůzkami dochází k utvrzování se o jednotném vnímání vysílaných významů a během nich je také konstruován předpoklad o identickém čtení vytvářeného textu. Zároveň však proces tohoto vyjednávání není pouze tvůrčí, ale je také limitován z důvodu různých požadavků na to, co do sdělení vkládáno být má a co ne. To se projevuje například v kategorii produkčních omezení, která tvoří jednu ze zmiňovaných oblastí. Levine uvádí jako příklad zákaz používání zbraní nebo sexuálních scén, který může vzejít ze strany producenta (Levine, 2001: str. 136). Stranou v tuto chvíli ponechávám omezení finanční, které je zřejmě omezením nejzákladnějším, a jak později poznáme, také nejsamozřejměji přijímaným, zvláště při povědomí a znalostech o konkrétním výrobci seriálu.

Producent televizního seriálu jako základní hybatel vzniku seriálu, a tedy i jeho ideologického zázemí, se objevuje i u Dorothy Hobson. Podle ní se jedná o neustálou kontrolu nad průběhem výroby seriálu a také o pracovní pozici, která udržuje kontinuitu daného projektu (Hobson, 2003: str. 66). Opět ale musím zdůraznit, že Hobson se zabývá výhradně soap operami, ve kterých se režiséři vzhledem k „nikdy“ nekončícímu procesu natáčení střídají, zatímco producentův dohled zůstává stejný. Pro potřeby výzkumu českého seriálu, který má deset hodinových dílů, tento aspekt produkční ideologie nelze zcela převzít. Přesto je však třeba uvědomit si, která pozice je oním kontinuálním „tahounem“, slovy Hobson „klíčem“ k danému mediálnímu produktu. Ačkoli je diskutabilní, zda je to konkrétně u seriálu *Proč bychom se netopili* producent, vědomí o ideologických „otěžích“ je základem podrobnějšího zkoumání vkládaných významů.

¹⁶ Podrobněji se procesu kódování a dekodování Stuarta Halla věnuji v kapitole 2.5.

2.2 Sémiotika jako odrazový můstek po výzkum současného českého seriálu

2.2.1 Znaky a jejich uspořádání

Inspirací pro rekonstrukci mytologií v analyzovaných textech, které jsou, jak se později dozvíme, metajazykovými útvary, je strukturalistické uvažování v rámci kulturních studií. Pro tento typ úvah je klíčový vývoj myšlení o reprezentaci v lingvistických kruzích, který byl později v rámci strukturalismu propojen s dalšími mediálními teoriemi. Pro úplnost tedy uvádím vývoj sémiotiky, v rámci které kladu důraz na její sociální aspekt, a to také později při analýzách. Díky tomuto sociálnímu aspektu lze propojit mytologie metajazykové s potenciální přítomností mytologií v televizním textu samotném.

Zkoumání televizních obsahů bylo od počátků ovlivněno literárním charakterem dominantních kulturních hodnot, které se vyvíjely po staletí. I ve výzkumu, který se týká seriálu *Proč bychom se netopili*, narážíme na význam rozdílu mezi literárním a televizním kódem, a to v souvislosti s literární předlohou seriálu, kterou je stejnojmenná knížka Zdeňka Šmída (Šmíd, 2005). Psané slovo představuje konzistentní promluvy, které postupují lineárně od příčiny k důsledku, provází ho vlastnosti jako konstantnost a stabilita. Televize naopak představuje efemérnost, epizodičnost, specifčnost a je dramatická, jejími hlavními atributy jsou „orálnost“ a „vizuálnost“ (Fiske, Hartley, 2003: str. 3). Přes tento rozdíl faktem zůstává, že analýzy, opírající se o sémiotiku, ze struktur daných na základě literárních bádání vycházejí. Kulturní studia v tomto ohledu čerpa především z učení Ferdinanda de Saussura (de Saussure, 1996). Jeho poznatky o jazykové struktuře, která stojí na existenci znaků a kódů, umožnily paralelní poznávání struktur mimojazykových, které jsou na jazykový systém vázány. Pro vědění o mediální komunikaci se tedy jazykověda stala jednou ze základních inspirací pro další práce, zejména v oblasti kulturních studií.

Na koncept znaku, jak ho formuloval de Saussure, navázal Charles S. Peirce. Znak, který je složen ze dvou složek, *z označujícího* a *označovaného* (de Saussure, 1996: str. 100), obohatil o vztah mezi znakem, *interpretantem* (tedy tím, kdo znak používá), a *objektem*, jakožto vnější realitou, ke které se znak vztahuje. Peirce, který je jedním nejvýznamnějších amerických představitelů filosofického směru zvaného

pragmatismus, tak v tomto lingvistického přístupu zdůraznil prvek sociální konvence. V jeho pojetí, na rozdíl od v budoucnu používaných komunikačních modelů, neexistuje rozdíl mezi hovořícím a posluchačem, tedy mezi tím, kdo znak vysílá a kdo jej přijímá. Interpretantem se rozumí „mentální koncept uživatele znaku, ať už je tímto uživatelem hovořící nebo posluchač, spisovatel nebo čtenář, malíř nebo divák. Dekódování je stejně jako kódování aktivní a kreativní činností¹⁷“ (Fiske, 2002: str. 42, překl. M.Š.).

V rámci strukturální analýzy je pozornost soustředěna na rozdíly mezi znaky. Podle de Saussura jsou tyto rozdíly, a tedy vztahy mezi znaky, dvojího druhu: *syntagmatické* a *paradigmatické*. Syntagmatické vztahy se rozumí kombinace znaků, zatímco paradigmatické proces výběru z určité množiny znaků (Chandler, 2002: str. 80). Paradigma je vlastně sada k sobě vztažených znaků z určité kategorie, nejběžnějším příkladem jsou gramatické kategorie jako slovesa nebo podstatná jména. Proces výběru znamená vyloučení jedné možnosti druhou. V převedení do televizního světa Chandler uvádí například kategorii střihu, v rámci níž je možno vybrat mezi jednotlivými typy. Syntagma naopak určuje, jakým způsobem jsou do kódu jednotky zkombinovány, a důležitou syntagmatickou charakteristikou jsou pravidla a konvence, podle kterých jsou syntagmatické kombinace prováděny, ať už se jedná o konvence explicitní či implicitní (ibidem: str. 81). Výsledkem těchto procesů jsou *kódy*, které nabízejí další úroveň sémiotické analýzy, a které je možno dále členit. Pro další uvažování se klíčovými momenty, na které se také soustředí mnoho kulturních vědců, stávají zmiňovaný prvek konvence a především uvažování nad vztahem znaku a významu.

2.2.2 Proces signifikace jako proces tvorby mytologií

Prvek sociální, který je přítomen jak v tomto vztahu mezi znakem a významem a také v přítomnosti konvence v jazykových strukturách, se stal impulsem pro mnoho výzkumníků, kteří se vydali ve šlépějích zakladatelů sémiotiky a dále. Pro uvažování o mediálních studiích se klíčovou stala nová sémiotika Rolanda Barthesa. Barthes popsal procesy, které se dějí na lingvistické úrovni, ale které zároveň odrážejí procesy sociální a v důsledku ideologické.

¹⁷ V originále: „The interpretant is the mental concept of the user of the sign, whether this user be speaker or listener, writer or reader, painter or viewer. Decoding is as active and creative as encoding“.

Znak otevírá v Barthesově podání cestu k pochopení komplexnějších vazeb v textech. Vydat se touto cestou znamená přistoupit na požadavek imaginace, která se ke znaku váže. Podle Barthesa je to vědomí trojího druhu. První vychází ze symbolického rozměru znaku a soustředí se na tu jeho část, která je tvořena *označovaným*. Znamená imaginaci hloubkovou, která svět pojímá jako „vztah mezi povrchní formou a 'hlubinnou' mnohotvárností pod povrchem, která je masivní a mocná¹⁸“ (Barthes, 1964: 218; překl. M. Š.). Druhá se váže na již zmiňovanou paradigmatickou rovinu znaku, která opouští vědomí hloubky a soustředí se na znak v jeho perspektivě. Perspektiva je dána tím, že znak je vlastně citován, vyňat z určité sumy, která je konečná. Třetím typem je imaginace syntagmatická, která je soustředěna na rozsah znaku, tedy na jeho vazby s ostatními znaky, ať už se jedná o vazby předcházející nebo následné (ibidem: str. 219). Kombinace těchto typů imaginace umožňuje vidění znaku v souvislostech, tedy ne jako separovanou lingvistickou jednotku.

Proces signifikace, který je určujícím procesem, který znaky jakožto základní jednotky propojuje, probíhá na třech úrovních. Přes pochopení toho procesu se Roland Barthes dostává ke svému klíčovému pojmu, k tvorbě *mytologií*. Tři úrovně signifikace se rozlišují na základě vztahu označujícího k realitě, nebo také - v Peircově pojetí - na základě vztahu znaku k objektu. Barthes sám poznamenává, že de Saussurov model znaku byl zaměřen na primární funkce znaku v rámci textu a bylo na jeho následovnicích, aby rozvinuli úvahy nad zásadní dimenzí znaku - dimenzí významu (Barthes in Chander, 2002: str. 140–141).

Barthes zohledňuje neustálé vyjednávání na úrovni tvorby významů. Prvním stupněm signifikace je tedy *denotativní* vztah, základní vztah znaku k jeho významu, který je plně obsažen v de Saussurově modelu znaku (v základním vztahu na úrovni označujícího a označovaného). Znak v sobě nese prvotní význam, který je jednotlivostem přisuzován. V druhém řádu už je signifikace komplikovanější, protože pracuje s denotací, tedy s prvním řádem, avšak váže na výsledek denotace, na nový znak, další smysl. Tato nová vazba se nazývá *konotací*. V tomto druhém řádu

¹⁸ V originále: „...elle vit le monde comme le rapport d'une forme superficielle et d'un *Abgrund* multiforme, massif, puissant ...“.

signifikace jsou znaky nositeli hodnot, emocí a postojů (Fiske, Hartley, 2003: str. 28). Kromě konotací dochází také k tomu, že znaky se mohou stát nositeli mýtů. Mýtus je tedy *sekundárním sémiologickým systémem*. Barthes dokonce prohlašuje, že „signifikace je mýtem samým“ a zdůrazňuje, že tato significace „nikdy není zcela arbitrární, vždy je částečně motivovaná“ a „především není ‘přirozená’: analogie jsou formě poskytovány ze strany dějin“ (Barthes, 2004: str. 112, 120, 124 a 125). Motivovanost a „nepřirozenost“, kterou Barthes zmiňuje, značí přítomnost ideologických aspektů, které jsou součástí mytologií. Barthes se v tomto momentě setkává s aspektem hegemonie, jak jsem vyjádřila už v kapitole 2.1. Právě určitý všudypřítomný a kontinuální „přirozený“ motiv jakéhokoli mýtu je třeba v analýzách sledovat se zvýšenou pozorností, přestože ani výzkumník se z logiky věci není schopen zcela vyvázat z ideologických vlivů, kterým je vystavován.

Třetí úroveň significace stimuluje kulturní intersubjektivitu, v rámci které fungují mýty. Primární funkcí mýtů je vysvětlovat, tedy organizovat význam a ony samy jsou také organizovány ve funkčních strukturách - v *mytologiích*. Mytologie představují vlastně ideologickou úroveň significace, přičemž hlavním významem této třetí úrovně je, že umožňuje třdit a skladovat vědění. Toto třídění a skladování je kulturně determinováno a není na něm nic „přirozeného“ (Danesi, 2002: str. 32-33). Výsledkem třídění je pak kromě vysvětlení také ujišťování, směřování ke konsensu. Společné sdílení mýtů ujišťuje čtenáře o normách, kterými je propojen s producentem textů. Tato poslední úroveň je tedy nejkompexnějším pohledem na to, co v sobě text nese za sdělení a jakým způsobem jej lze analyzovat.

Barthes se obsírně zabývá způsobem, jak na mýtus nahlížet. Sám navrhuje tři typy četby, z nichž první je dán soustředěním na prázdné označující a je vlastní například tvůrci mýtu. Druhý je naopak charakterizován soustředěním se na plně označující, kdy je smysl podroben a mýtus přijímán jako podvod a dochází při něm k dešifrování mýtu, na který je nahlíženo jako na deformaci. Třetím, dle Barthesa ideálním pohledem na mýtus, je přijetí nejednoznačné significace, které obsahuje nerozlučné spojení smyslu a formy. Tento pohled umožňuje „přejít od sémiologie k ideologii“ (Barthes, 2004: str. 127.). Díky tomuto přechodu, tomuto přístupu ke čtení mýtů, tedy můžeme nahlédnout na deformaci, kterou mýtus podle Barthesa v každém případě představuje.

Z hlediska souvislosti s prací týkající se současného českého seriálu je nejzajímavějším momentem, který mýtus nabízí, jeho vztah k přirozenosti. V této souvislosti Barthes odhaluje princip, který je každému mýtu vlastní, totiž přeměnu dějin na přirozenost. Tento princip vytváří vlastnosti vztahu mezi označujícím a označovaným tak, aby působily přirozeně, nikoli jako výsledek něčí vůle.

„V sekundárním (mytickém) systému máme kauzalitu umělou, falešnou, která ovšem jakýmsi způsobem vklouzává pod střechu přirozenosti. Z tohoto důvodu je mýtus prožíván jako nevinná promluva: ne proto, že jeho intence jsou skryté (kdyby byly skryté, nemohly by být účinné), nýbrž proto, že jsou naturalizované“
(Barthes, 2004: str. 129).

K naturalizaci, kterou mýtus představuje, když pohlcuje vše, co se stalo dějinnou událostí, tedy především již vytvořené koncepty, se vrátím později, při interpretacích zjištěných údajů. V každém případě se jedná o klíčový poznatek, který koncept mýtu pro následné analýzy nabízí ke zpracování. Barthes samozřejmě vychází z přístupu k finální podobě textů a nabízí jejich zpětnou dekonstrukci. Použití jeho myšlenek na úroveň metajazykovou, tedy na úroveň promluv tvůrců o produktu, je přístupem k témuž obsahu z jiného úhlu.

2.3 Serialita a narace

„Na otázku, zda by filmy měly být kouskem života, odpověděl údajně režisér Alfred Hitchcock – ne, měly by být kouskem dortu¹⁹“ (Butler, 2007: str. 21; překl. M. Š.).

Vyprávění a čtení nebo sledování příběhů, to je činnost, která je lidstvu vlastní rozhodně déle, než od doby vynalezení televize. Vlastnost těch textů, které vyprávějí příběhy, se nazývá narativita. Arthur Asa Berger definuje narativitu jako „příběh, který

¹⁹ V originále: „When asked if he thought films should be a slice of life, director Alfred Hitchcock is reported to have said, no, they should be a slice of cake“.

obsahuje sekvenci událostí, což znamená, že vyprávění se odehrává během určitého časového úseku²⁰ (Berger, 1997: str. 4; překl. M. Š.). Délka tohoto časového úseku je u každého vyprávění jiná. Narativita je samozřejmě utvářena nejen textovými prostředky. Její důležitost spočívá v tom, že vyprávění je primárním způsobem, jak uspořádat zkušenosti do časových úseků, které dávají smysl (Richardson in Berger, 1997: str. 10). Vysvětlování v narativním způsobu sdělování je také, na rozdíl od logicko-vědeckého přístupu, kontextuálně zakotvené, bere ohled na širší souvislosti. Zároveň je toto kontextuální zakotvení významným činitelem pro charakter textu, který umožňuje snadněji pracovat se zdáním přirozenosti. Při absenci kontextu se zvyšuje potřeba přesnosti a podrobnosti textu. Berger zdůrazňuje, jak je narativita podstatná pro učení se a vyučování (Berger, 1997: str. 10). Vyprávění tak může být metodou pro zapamatování si nových informací, stejně jako pro jejich předání.

Narativita v televizním vysílání má samozřejmě svá specifická pravidla, jejichž podmínkou je audiovizuální forma tohoto média. Typickým extraktem narativního útvaru v televizním vysílání je reklama, která musí v krátkém čase zaujmout a zároveň sdělit určité množství informací. Jakkoli se zdají být „neoriginálními, banálními a repetitivními“²¹ (Buonanno, 2008: str. 72; překl. M. Š.), televizní příběhy mají velký význam pro kulturní analýzy mediálních produktů, protože nabízejí zachytitelný materiál, který odráží společenské aktivity, hodnoty a vazby.

Historickému vývoji seriálových narativních forem v různých podobách se věnuje Roger Hagedorn (Hagedorn, 1995). Už koncem sedmnáctého století vznikala v tištěných médiích sešitová vydání různých, například biblických příběhů, a to především za účelem snížení nákladů a zvýšení dostupnosti. Původní seriálová fikce začala vycházet v Anglii devatenáctého století. V Anglii byl také poprvé zaznamenán novinový seriál, který posléze zásadně ovlivnil novou podobu francouzského tisku. V tomto vývoji sehrál roli fakt, že seriálová vydání se ukázala být schopná přitáhnout masovou pozornost, především mezi lidmi, kteří by si jinak (denní) tisk nekupovali (Hagedorn, 1995: str. 31). Dalším podstatným krokem ve vývoji seriálových narací se stal komiks na konci devatenáctého století. Ve spolupráci s tištěnými novinami pak byly

²⁰ V originále: „That is, a story contains a sequence of events, which means that narratives take place within or over, to be more precise, some kind of time period“.

²¹ V originále: „...however unoriginal, banal and repetitive they may seem...“.

ve Spojených státech natáčeny filmové seriály, které se těšily obrovské popularitě. Rozmach mediálního průmyslu byl v té době obrovský, takže už ke konci dvacátých let dvacátého století vznikly rozhlasové seriály. Seriál *Amos 'n' Andy* se už v roce 1929 stal nejpopulárnějším rozhlasovým pořadem s neuvěřitelnými čtyřiceti miliony posluchačů týdně. V reakci na tak obrovský úspěch se o deset let později americký rozhlasový program, který byl financován reklamou, z devadesáti procent sestával právě ze seriálů. Tzv. soap opery²² byly logickým důsledkem započaté tendence v náplni rozhlasového vysílání a jejich model byl posléze, s rozvojem televize, jen přenesen na obrazovky.

Serialita jako žánrový aspekt tedy byla v historickém vývoji jednoznačně podmíněna snahou prodloužit komerční efekt mediálního produktu. Poté, co se seriály staly oblíbeným rozhlasovým žánrem, zakusily první experimenty na televizních obrazovkách v poválečných letech. Zlom nastal v šedesátých letech dvacátého století, kdy se poprvé seriál ocitl ve Spojených státech v *prime-timu*. Stalo se tak po dříve nevídaném úspěchu seriálu *Peyton place* (Allen, 1995: str. 2). Allen hovoří o tom, že soap opery dlouho unikaly pozornosti odborné a vědecké literatury. Kritický přístup k tomuto žánru dosáhl ze strany mediálních vědců takového stupně, že přerostl v určitou formu pohrdání. To je také důvodem, proč existuje stále málo relevantní literatury, i když v poslední době vyšlo několik titulů věnujících se aktuálnímu vědeckému pohledu na televizi a její obsah (např. McCabe a Akass, 2007 nebo Buonanno, 2008). Televizní seriál je však oblastí, která by neměla mediálním vědcům unikát, zvláště pokud na ně budeme hledět jako na pokračování odvěké lidské potřeby vyprávět příběhy.

Seriály vynikají mezi ostatními žánry právě svou výrazně specifickou narativní formou. Tato narativní forma je utvářena mezi výrobním průmyslem a čtenáři, případně posluchači nebo diváky. Vyprávění je nabízeno ke spotřebě v izolovaných, hmotně nezávislých jednotkách, které jsou dostupné v různém, ovšem předvídatelném čase. Jedná se o *epizodicitu* (Hagedorn, 1995: str. 28), která odlišuje seriál od ostatních narativních forem. Jak uvádí Roland Barthes ve svých esejích *S/Z* (Barthes, 2007), v důsledku epizodicity má seriál specifické, pro diváky přitažlivé atributy. Manipuluje

²² Soap opera je pojem, který vznikl jako označení vztahu mezi vysokým uměním a nízkou komercí. Soap, tedy mýdlo, je aluzí na reklamy na mycí prostředky pro ženy, které byly vysílány v těsném sledu po nebo před tímto typem seriálu. Slovo opera je užito ironicky, kdy je pomocí termínu tradičně znamenajícího nejvyšší umění označeno umění nejnižší (Allen, 1995: str. 3-4). Pojem soap opera ponechávám bez překladu.

s elementy jako je čas, prostor a jednotlivé postavy, a to tím způsobem, že je násobí. V důsledku toho se násobí také dílčí hádanky, jejich řešení, a ostatní aspekty vyprávění, které jsou aktivovány v průběhu vyprávění. Další, ještě výraznější rozdíl oproti klasické naraci spočívá u seriálového textu v pravidelných přestávkách mezi jednotlivými epizodami. Z tohoto důvodu je divák v době mezi dvěma díly seriálu „napínán“, aby sledoval další pokračování vyprávění. Barthes tento moment nazývá „instinktem zachování“²³ (Barthes in Hagedorn, 1995: str. 28; překl. M. Š.). V instinktu zachování spočívá vysvětlení rozdílu mezi klasickou narací a seriálovým (televizním) textem. V každém případě se narace stávají komoditou, která je uzpůsobena k tomu, aby v seriálové formě přitáhla co největší pozornost široké veřejnosti.

2.4 Specifika televizní narace a seriality

Určité, v literatuře konkrétně popsané aspekty televizní seriality, jsou důležitými zdroji teoretického povědomí, které je nutné pro další uvažování nad současnou podobou (českého) televizního seriálu. Zároveň se jedná o takové aspekty, které budu podrobněji rozvádět v kapitole věnované analýzám. Významným zdrojem inspirace pro pojetí této práce byly výzkumy, které provedly Ien Ang a Dorothy Hobson.

2.4.1 Požadavek na realističnost a melodramatická imaginace u diváků Dallasu

Televizní seriály jsou kulturními produkty, které nemusí být vyráběny se stejným úmyslem, s jakým jsou konzumovány. Náhled na publika mediálních produktů a na jejich postoj ke sledovaným mediálním obsahům však prošel určitým vývojem od zaměření se na efekty vysílaného sdělení přes etnografii publika až po pohled na roli médií v širším kontextu života a kultury. V rámci etnografie publik začal být kladen důraz na roli médií v každodenním životě. Uvažování třetí generace, jak další myšlenkový posun nazývá Pertti Alasuutari, posouvá roli publika do kontextu analýzy mediálních významů v souvislosti s jejich kulturní pozicí v současném světě (Alasuutari, 1999: str. 4–7). V tomto smyslu je užití médií spojeno s otázkou morálních hodnot, Alasuutari hovoří o „morální hierarchii“ mediálních produktů (ibidem: str. 11).

²³ V originále: „instinct for preservation“.

O nevýhodné pozici populární kultury vzhledem ke stále přetrvávajícímu kulturnímu elitismu píše i Irena Reifová a Petr Bednařík. Konkrétně v oblasti televizních seriálů upozorňují na ostych publika prezentovat se jako divák některých seriálů (Reifová, Bednařík, 2008: str. 75).

Jak publikum reflektuje svůj vztah k mediálnímu produktu a jaké nástroje k této reflexi používá, to je otázka, kterou si položila Ien Ang. Její kniha je výsledkem výzkumu provedeného v Nizozemí v roce 1982 o seriálu *Dallas* pod vlivem zaměření na etnografie publik (Ang, 1985). Jako produkt je seriál *Dallas* konstruován, aniž by se odchyloval od běžné televizní produkce. Ang se soustředí na slast, kterou *Dallas* nabízí, a tu je podle ní možné nalézt i v ostatních pořadech. Zdrojem této slasti, která je typická pro televizní pořady, je svoboda zábavy bez námahy, „luxus nicnedělání“. Lze nalézt tři linie argumentů, které podporují tezi, že popularita *Dallasu* byla dána jeho obecnými televizními rysy. Jedná se o plynulost dívání se na televizi („flow“²⁴), její autoritářství, kdy televizní publikum jen čeká, co mu bude nabídnuto, a také o to, že seriál byl vysílán v hlavním vysílacím čase (Ang, 1985: str. 22–24).

Dallas jako text nabízí vztah k individuálnímu příběhu každého diváka. Seriál obsahuje novou kvalitu také tím, že každý díl je samostatnou textuální jednotkou, ale zároveň seriál jako celek je „nekonečným“ textem. Struktura textu pak stimuluje zapojení diváka. Identifikace diváka je ovšem možná pouze v rámci narace a její struktury. Divačka v dopise popisuje své ztotožnění s postavou Sue Ellen (ibidem: str. 29). Postavy tedy v narativním toku plní velice podstatnou úlohu pro přijetí divákem. Charaktery postav jsou totiž vnímány, jako by to byli reální lidé. Odstup mezi hercem a jeho postavou je minimalizován, a to nejen ze strany diváků, ale i filmovým a televizním průmyslem. V dopisech, které Ang analyzuje ve své práci, se diváci často zabývají postavami a tím, jaké jsou, jako by to byli skuteční lidé. Pokud jsou postavy v seriálu ztvárněny jako „ryzí“ a reálné, mohou být divákem shledány jako milé nebo nemilé, a zajišťují tedy jeho vtažení do děje. Proto ze strany tvůrců existuje snaha eliminovat nedůvěryhodnost a zajistit co největší reálnost.

²⁴ Termín „flow“ Ang přebírá od Raymonda Williamse, který tak označuje nepřetržitý televizní tok. Tento tok je zajišťován upoutávkami na pořady, které jsou průběžně vysílány, aby zajistily kontinuitu divákova sledování televize. Jeho nepřetržitost, ale také pružnost a neohraničenost Williams podrobně charakterizuje, jako příklad slouží termín „večerní program“, který přesně v duchu televizního toku není limitován konkrétními vysílanými jednotkami (Williams, 2003: str. 90-96).

Reálnost jako vlastnost, která je pro narativní mediální produkt klíčová, se, jak později uvidíme, promítá i do představ tvůrců seriálového sdělení o jeho podobě. Týká se jak podoby situací a jich vývoje ve vyprávění, tak především právě konečné podoby seriálových postav. Jsou to („reálné“) emoce postav seriálu Dallas, které pohánějí děj kupředu. Konflikty a akce, které z těchto tužeb vyplývají, pak děj naplňují. Lidé, kteří v dopisech shledávají seriál realistickým, se upínají k realismu emocionálnímu. Jedná se tedy o to, že tvůrci se zaměří na to, aby vznikla nová psychologická realita, která nemusí odpovídat vnější sociální realitě. Příjemci textu si uvědomují, že se nejedná o realitu či její kopii. To, že jsou si vědomi tohoto faktu, jim umožňuje dát průchod emocím, které se netýkají jejich života, všedního a každodenního.

Tenze mezi fantazií a realitou způsobuje slast. Melodramatické prvky, které tato soap-opera obsahuje, jsou tragickými momenty každodenního života, a musí vyvolávat v divákovi něco, pro co Ang zavádí pojem *melodramatická imaginace* (ibidem: str. 79). Ta umožňuje, aby situace, které v každodenním životě nepředstavují tragické události, byly ztvárněny jako konkrétní a významné a umožnily tak průchod divákovým emocím. Jedná se o způsob, jakým je v mediálních produktech dosaženo překonání každodenních emocí a vnesení prvku vyššího principu do jejich prožívání.

Ang ve své knize přináší pohled na seriál Dallas, který je dán především diváckými reakcemi na inzerát, který podala, a ve kterém je vyzývala, aby jí dopisem vyjádřili svůj postoj k tomuto seriálu. Její analýzy tedy nabízejí pohled, který je dán úhlem pohledu příjemců textu. Jak ovšem uvádí i Robert C. Allen, její kniha je více než analýzou publika spíše esejí, která zachycuje různé aspekty „symptomatického“ čtení seriálu Dallas (Allen, 1995: str. 10). Z tohoto důvodu jsem také začlenila její postřehy a závěry do této kapitoly. Ang totiž nabízí diváckou reflexi seriálu, ale uvažuje také nad tím, co už výrobní průmysl mediálních produktů přijal z tohoto hlediska za své a s čím pracuje na základě vědomí, že divák některý aspekt seriálu vnímá zvoleným, a ne jiným způsobem. Tak se stává, že populistická ideologie, kterou Ang dešifruje z dopisů diváků Dallasu, je vlastně využívána jeho tvůrci, kteří akcentují myšlenku, že každý má právo na svobodu užívat si slast po svém (Ang, 1985, str. 115-116). Ideologie tedy využívá vědomí o reakcích příjemců mediálního sdělení. Na tento podstatný jev se pokusím upozornit v analýzách promluv tvůrců českého seriálu.

2.4.2 Herec, postava, typ, stereotyp

O tom, jak je pro tvorbu jednotlivých rolí důležité ztotožnění diváka s postavou v seriálu, hovoří mimo jiné Dorothy Hobson ve své knize věnované soap operám. Jednu ze svých podkapitol nazvala „jejich příběhy jsou našimi příběhy“²⁵ (Hobson, 2003: str. 105; překl. M. Š.). Znamená to především, že postavy v soap operách, o kterých Hobson hovoří, jsou divákům důvěrně známé. Jejich chování je předvídatelné, a pokud se charakter některé z postav mění, je žádoucí, aby se tak dělo v rámci realistických parametrů. Hobson tuto směs požadavku na realističnost a důvěrnost postav nazývá *zárukou rozpoznání*²⁶ (ibidem: str. 105; překl. M. Š.). Každá z postav v soap operách je divákem brána jako individualita, stejně jako v reálním životě.

Přes tuto individuálnost, danou ze strany příjemců textu, Hobson analyzuje některé typy postav, které v soap operách nachází a považuje za prototypy, které se v určitých obměnách v televizních seriálech objevují. Takovými postavami jsou například silné ženy, které jsou typickými postavami soap oper. O tom hovoří také Tania Modleski, když odvozuje pozice postav moudrých matek od silného významu rodiny pro děj soap oper (Modleski, 1990: str. 92). Takové postavy stvrzují rodinnou stabilitu, přestože v příbězích (ostatních postav) nastávají různé zvraty. Kromě postavy „dobré matky“ Modleski popisuje postavu „darebačky“, která je vlastně negativním obrazem divákovy ideálního já (ibidem: str. 94). Stejně tak vyzdvihuje mateřské typy Dorothy Hobson, a proti nim staví krásné, atraktivní hrdinky. Jejich pozice se na různých úrovních postav mění, Hobson zmiňuje také rozdíl mezi hlavními a vedlejšími postavami (Hobson, 2003: str. 94-95). V soap operách dosáhly mužské postavy významnější pozice až počátkem osmdesátých let, pod vlivem seriálů *Dallas* a *Dynastie*. Bylo to dáno také tím, že v té době se začaly soap opery dostávat do hlavních vysílacích časů a potřebovaly přitáhnout pozornost co nejširšího publika v tomto lukrativním čase. Hlavními mužskými prototypy jsou, ekvivalentně k ženským, otcové, milenci, a dále bratři a synové (ibidem: str. 97). Vztahy, které soap operám dominují, jsou tedy vztahy rodinné, jak bylo možno sledovat právě i ve zmíněných amerických seriálech, které patří k fenoménům své doby.

²⁵ V originále: „their stories are our stories“.

²⁶ V originále: „assurance of recognition“.

Charakter a herce za klíčové k vystavění narativního textu považuje také Jeremy G. Butler (Bulter, 2007). Jejich propojení doplňuje o pojem *stars*, hvězdy. Butler hvězdu definuje jako „herce nebo osobnost, jejíž signifikace je rozšířena mimo televizní program, ve kterém se objeví“²⁷ (Bulter, 2007: str. 73; překl. M. Š.). Hvězdy v sobě zároveň nesou specifické, kulturně limitované významy. Svou podstatou tedy přesahují mediální produkt, ale významně ho dotvářejí. Principem, který význam hvězd v narativních mediálních produktech potvrzuje, je zvaní osobností do konkrétních dílů seriálů, kde buď hrají epizodní postavy, nebo ztvárňují samy sebe.

Tvorbu postavy jako takové pak Bulter dělí na několik oblastí, které pak danou postavu spoluvytvářejí. Nazývá je typologií znaků postav, což jsou skupiny znaků, které nesou povahu a osobnost postavy a které divák vnímá na základě různých faktorů²⁸. Znaků pak tvoří kód postavy, a tento kód slouží jak k dešifrování, tak k tvorbě postavy (Butler uvádí jako příklad brýle u ženských postav, které značí větší „intelektuálnost“ než mají ženské postavy bez brýlí). Skupiny znaků tedy spadají do několika typů. Zprvce se jedná o divákovu předchozí informovanost, která je úzce spjata s „narativním obrazem“ programu. Pojem „narativní obraz“²⁹ zavádí John Ellis v souvislosti s tím, jak filmový (televizní) průmysl předchází otázkám týkajícím se povahy daného mediálního produktu, a jak hvězdy propojují svou identitu s filmem, ve kterém vystupují (Ellis, 1992: str. 30). Butler hovoří o skupině textů, která se týká mediálního produktu, jako jsou propagační texty, reklamy, recenze (Bulter, 1995: str. 147). Butler poukazuje u herců ze soap oper obrácený princip, než je přítomen u hvězd, u kterých jsou rozvíjeny intertextuální vazby dané jejich samotnou osobností. Naopak herci ze soap oper jsou mnohem častěji ovlivňováni svou rolí a s ní také spojováni, například otázkami novinářů po podobnosti jejich osobních vlastností s vlastnostmi postavy. Od Richarda Dyera si Butler vypůjčuje termín „perfect fit“, kdy herec splývá se svou postavou (Dyer in Butler, 1995: str. 148). „Perfect fit“ lze podle kulturního kontextu vztáhnout i na jiné typy seriálové produkce, než je soap opera.

²⁷ V originále: „...actors or personalities whose significance extends beyond the television program upon which they appear“.

²⁸ Pojem znaky postav (character signs) přebírá Bulter od Richarda Dyera z jeho publikace *Stars*. Faktory, které ovlivňují divákovu vnímání znaků postav, jsou trojího původu. Prvotně se jedná o chápání světa, televize a žánru, dále o kontext, ve kterém se postava objevuje, a konečně diváka ovlivňuje situace, v rámci které televizi sleduje (Dyer in Bulter, 2007: str. 53).

²⁹ Může se ale také jednat o narativní dojem, neboť v originále Ellis a Butler užívají termínu „narrative image“.

Dalším typem znaků je pojmenování postav, kterým se také zabývají Blanka a Kamil Činátlovi ve své stati *Zeman – Rudý gentleman* pojednávající o mytickém konstruování ideologického světa v seriálu *Třicet případů majora Zemana* (Činátlovi, 2007). Jména zde fungují jako mýtotočtovný element, například „hlavní padouch agent Bláha prozrazuje svým jménem iluzornost a provizornost svého padoušství, naivitu jednání a samozřejmě předurčení k tomu, aby byl odhalen“ (ibidem: str. 53). Kromě jmen jsou znaky postav tvořeny vzezřením (jedná se o obličej a účes, postavu a její fyzické vzezření a kostým) a předměty, které jsou s postavami spojeny (někdy se jedná i o zvíře). Znakem, který bezesporu významně dotváří postavu, je dialog, který je s postavou spojen, a způsob, jakým je tento dialog veden. Dále je to akce, kterou postava provádí, a která také souvisí s typem herectví konkrétních představitelů postav. Posledním typem znaků je osvětlení a technické podmínky natáčení, jako je třeba úhel kamery (Bulter, 1995: str. 54-60). Srovnatelné dělení skupin znaků, které tvoří postavu, nabízí Artur Asa Berger, který bere jako výchozí bod tvorbu postavy v rámci literárního díla. Jako dva základní pilíře při konstrukci postavy bere autorův popis vzhledu postavy a popis jejího chování (Berger, 1997: str. 52). Další aspekty, které podle Bergera postavu tvoří, se více méně shodují s členěním Jeremy G. Butlera v rámci typologie znaků. Tyto skupiny znaků představují oblasti, na které je soustředěna výroba postavy, ať už vědomě nebo nevědomě. Jejich vymezení zjevně podléhá dalším vlivům v rámci konkrétního procesu výroby.

K typům, které zmiňuje Dorothy Hobson v souvislosti se zkoumáním postav v Soap operách, se vyjadřuje také Umberto Eco v knize *Skeptikové a těšitelé*, (Eco, 2006), kterou napsal již v roce 1964. Podle něj je problém „typičnosti“ postav již více méně passé. Eco hovoří výhradně o postavách literárních, takže se z velké části věnuje jejich funkčnosti v rámci literární estetiky. Odkazuje také na literární teoretiky. Přesto jeho postřehy ohledně „sociologie“ postavy lze úspěšně vztáhnout i na postavy z televizních narácí.

„Typičnost není objektivní údaj, s nímž se postava musí srovnat, aby se stala esteticky (nebo ideologicky) platnou, ale vyplývá z jejího užívání čtenářem, z jejich vzájemného vztahu: je to poznání (nebo projekce), které čtenář v postavě realizuje“ (Eco, 2006: str. 185).

Vztah mezi čtenářem a postavou je tedy pro její typičnost určující, což je třeba mít na paměti při charakterizaci postav. Toto vědomí se v určité podobě jistě promítá i do procesu jejich tvorby. V pojetí typičnosti se pak Eco dostává k Aristotelovu odkazu, jelikož prostor, který je pro typičnost vymezen, charakterizuje definicí tragického aktu jakožto aristotelovské „mimesis akce“. Nejedná se o vnějškové napodobení událostí, ale o oživení pravděpodobných událostí podle strukturálního zákona (zákona psychologické hodnověrnosti). Diskurs, v rámci kterého se pak pohybujeme, je široký, není limitován jen danou narativní formou, jako je například literatura nebo film. V rámci tohoto prostoru pak typická postava může být jak ideálním typem na základě své individuálnosti výjimečnosti, tak ztělesněním univerzálnosti. Eco přebírá od Györgyho Lukácse termín „intelektuální fyziognomie“, která v podstatě znamená profil postavy, a díky níž je divák schopen postavě porozumět, neboť představuje klíčové informace, nutné k tomu, abychom postavu poznali. Autor dociluje přesvědčivosti postavy tím, že u ní vyhrocuje postoje, které nacházíme v běžném životě. (Eco, 2006: str. 186-193). Další aspekty tvorby postavy, které Eco zmiňuje, jsou spíše důležité pro zkoumání literárních děl. Zmiňuje mimo jiné literární techniky, jako je například uvádění postav do děje. Přesto však zmíněné postřehy k tvorbě postav a jejich typičnosti mohou posloužit k úvahám o postavě v rámci televizního seriálu. Především se jedná o její vztah s divákem, jak divák vnímá postavu jako typickou a jaké informace potřebuje k tomu, aby měl pocit, že je s postavou a jejími vlastnostmi obeznámen.

2.5 Klíčové teoretické body pro zkoumání českého televizního seriálu. Preferované čtení

Pro analýzu rozhovorů, které jsem provedla s jednotlivými profesemi, lze vycházet z nové sémiotiky, jak ji formuloval Roland Barthes. Především by přínos mohly představovat dekonstrukce mytologií, jak jsou tvůrci seriálu vyjadřovány v rozhovorech. Teoretickým podhoubím, které se pro tento typ pohledu na problematiku mediálního produktu hodí nejlépe, jsou teorie Birminghamské školy. Tvorba mytologií v rámci vytváření narativních struktur je zachytitelným, ale zároveň také vypovídajícím ideologickým projevem televizního průmyslu. Jednotlivé aspekty tvorby narativní struktury seriálu včetně tvorby postavy jakožto základního narativního prvku se tak stávají základními oblastmi zájmu v rámci analýzy. Výše uvedené rozčlenění je však

stále nazíráno optikou sémiotické analýzy v duchu myšlenek Rolanda Barthesa. Na produkci televizního seriálu je třeba hledět jako na produkci textu, která je zjevně podmíněna tím, že jej někdo bude „číst“, v našem případě sledovat seriál v televizi.

Seriál jako mediální text je produktem, který vstupuje do procesu *kódování* a *dekódování*, jak ho v roce 1981 popsal Stuart Hall. Hall spustil novou vlnu zájmu o média, kterou charakterizuje přesvědčení, že význam v médiích je vyjednáván, a ne jednostranně určován. Hall tak navázal na období, kdy se vědci přikláněli spíše k teorii, že publikum je aktivním tvůrcem významu mediálního sdělení. Tento přístup sám Hall nazývá „kulturalismem“ a jeho hlavními představiteli jsou Richard Hoggart, Edward Thompson nebo Raymond Williams. (Hall in Barker, 2008: str 43). Stejně jako pro generaci kulturalistů, i pro Halla jsou výchozími myšlenkami Marxovy úvahy o produkčním cyklu, které ale Hall upravuje a produkci a spotřebu označuje za momenty, které jsou ve vzájemné vazbě. Tyto momenty jsou však v rámci totality a komplexnosti sociálních vztahů stále odlišitelné. V analogii s Marxovým kapitálem pak Hall charakterizuje produkci, která konstruuje sdělení.

„V určitém smyslu tedy kruh začíná zde (v okamžiku produkce – pozn. M. Š.). Produkční proces ale samozřejmě obsahuje ‘diskursivní’ aspekty: je také rámován významy a idejemi: znalostmi produkčních rutin, historicky definovanými technickými schopnostmi, ideologiemi spojenými s danou profesí, institucionální znalostí, definicemi a předpoklady, předpoklady vztahy na publika a tak dále³⁰“ (Hall, 2004: str. 129; překl. M. Š.).

Produkci sdělení tedy není možno oddělit od jeho příjmu, protože publikum představuje také důležitý významotvorný element. Konotativní vlastnost znaku, která umožňuje jeho transformaci, je předurčením k tomu, že vysílaný znak může být

³⁰ V originále: „In one sense, then, the circuit begins here. Of course, the production process is not without its ‘discursive’ aspect: it, too, is framed throughout by meanings and ideas: knowledge-in-use concerning the routines of production, historically defined technical skills, professional ideologies, institutional knowledge, definitions and assumptions, assumptions about the audience and so on“.

formován ve více než jedné konotativní konfiguraci. Tato polysémie³¹ má na různých úrovních různý stupeň uzavřenosti podle pozice v rámci sociálního, kulturního a politického systému, který tvoří *dominantní kulturní řád* (Hall, 2004: str. 134). V rámci tohoto řádu jsou produkovány dominantní, neboli preferované významy. Významy vložené do sdělení nemohou být s určitostí předsány, neboť polysémie umožňuje alternativní přečtení zakódovaného sdělení. Užití alternativního dekodovacího rámce je jednou ze tří variant čtení textů, které Hall nabízí. Další možností je čtení z pozice vyjednávání, kdy si je příjemce sdělení vědom existence dominantních idejí vložených do sdělení, k jeho čtení ale používá také alternativní prostředky a situačně determinovanou logiku. Třetím typem čtení je čtení z dominantní, hegemonické pozice (ibidem, str. 134-138). Tyto tři možnosti dekodování, které jsou založené na polysémii znaku, umožnily nový pohled na jednotlivé pozice účastníků procesu vytváření a konzumace mediálního produktu.

Stejně jako většina kulturních vědců, i Hall se zaměřil na moment příjmu sdělení. Okamžik jeho produkce tak zůstává „uzavřen“ v konstatování, že je prostorem pro tvorbu dominantního kódu. Tento prostor je sice ovlivňován i představou o příjmu mediálního sdělení, ale pouze v rámci obecného utvrzování se o dominantní ideologii. Hledání způsobů, jakými je první část z dvojice *encoding/decoding* uváděna do praxe a jak je jeho tvůrci vnímána, může osvětlit charakter významů, vkládaných do sdělení, případně jak účastníci procesu reflektují kromě preferovaného čtení také možnost čtení alternativního nebo vyjednávaného.

³¹Polysémie (mnohoznačnost) je v rámci sémiotiky pojímána jako obecný jazykový jev, který má u každého slova jiné historické příčiny. Může být dán vývojem slova a jeho proměňujícím se užíváním nebo jeho převzetím z cizího jazyka (Černý, Holeš, 2004: str. 46-47).

3 Praktická část: výzkum tvorby televizního seriálu při jeho natáčení

3.1 Použitá metodologie

Pro použití kvalitativních metod ve výzkumu existuje několikero důvodů. Jedním z nich je zájem o pohled alternativních myšlenkových paradigmat na zkoumané problémy. Ve výzkumné tradici jsou alternativní směry s kvalitativním výzkumem pevně svázány, a to nejen proto, že tento typ výzkumu umožňuje zkoumat vědomí skupin, které se vymykají dominantnímu společenskému uspořádání. Je možné také zjistit nový úhel pohledu na zdánlivě daná společenská uspořádání. V oblasti mediálních studií je tento typ výzkumu cenný, protože média jsou častou platformou dominantních idejí. Změny, kterými média procházejí v neustálém procesu „výroby mediálních produktů“, mohou být kvantitativním, a tedy velmi standardizovaným výzkumem vystiženy jen velmi obtížně.

„Kvalitativnímu výzkumu jde o události a procesy, jimiž jsou propojeny. Vysvětlení události v procesu se pomocí proměnných hůře zvládá. Je vhodnější podrobněji zkoumat několik málo případů tak, že identifikujeme mechanismy propojení události a kontextuální závislost vztahů mezi událostmi“ (Mohr, 1982, in Hendl, 2005: str. 58).

V rámci kulturních studií je tento přístup k datům nejvíce využívanou metodou. Umožňuje výzkumníkovi zaujmout pozici v rámci zkoumaného tématu (Gray, 2003: str. 147). Je třeba mít stále na paměti, že kvalitativní výzkum je vždy interpretační činností, která má procesuální charakter.

Výchozí úvahou pro použití kvalitativních metod pro danou výzkumnou situaci tedy je, že podstata zkoumaného problému k použití kvalitativní metody vybízí. Je tomu tak v případě, že se v daném problému pokoušíme odhalit jeho podstatu, a chceme se přitom opírat o zkušenosti lidí, jichž se problém týká (Strauss, Corbinová, 1999: str. 11). V kvalitativní metodě práce se na rozdíl od metod kvantitativních nepoužívá suma

sebraných dat k analýzám podle osvědčených statistických procedur. Kvalitativní výzkum je ovšem výzkumným procesem, který jistě podléhá určitému stupni organizace a konvence. Je potřeba mít na vědomí, že přes jistou tendenci považovat kvalitativní výzkumné metody za tajemné se jedná o „procesy a výsledky hluboce materiální praktické činnosti, propojené s materiálními aspekty sociální a kulturní oblasti“³² (Gray, 2003: str. 57).

Základní cíle interpretativního výzkumu jsou podle Jana Hendla tři. Výzkumník se snaží o zachycení subjektivního smyslu, který lidé spojují se svým jednáním a s okolním světem. Hledá také a popisuje způsoby, jak lidé v rámci interaktivních procesů vytvářejí sociální skutečnost. Pomocí různých metod zkoumá a popisuje, jak kulturní významové systémy určují vnímání a konstruování subjektivní a sociální skutečnosti (Hendl, 1999: str. 15). Klíčovým pojmem je tedy porozumění zkoumaných jevů. „Porozumění je rekonstrukce toho, jak někdo druhý propojuje skutečnosti pomocí jím uznávaných zákonitostí, aby vyřešil svůj problém“ (Hendl, 1999: str. 16).

Podle Hendla výzkumník na začátku výzkumného procesu určí téma a základní výzkumné otázky. Vzhledem k tomu, že otázky lze modifikovat nebo doplňovat v průběhu výzkumu, sběru nebo analýzy dat, označuje se kvalitativní výzkum jako emergentní nebo pružný typ výzkumu (Hendl, 2005: str. 50). Výzkumný proces má v důsledku tohoto charakteru, kdy výzkumník zpracovává každou novou informaci a provádí induktivní i deduktivní závěry, longitudinální charakter. Vše probíhá v delším časovém intervalu, pomocí delšího a „intenzivního kontaktu s terénem nebo situací jedince či skupiny jedinců. Tyto situace jsou obvykle banální nebo normální, reflektující každodennost jedinců, skupin, společností nebo organizací“ (ibidem: str. 50–51).

Cílem je získat relativně celistvý pohled na předmět studie a na pravidla, která v dané oblasti fungují. Důraz je kladen na kontext, ve kterém se situace odehrávají, i když prostředkem k dosažení cíle může být izolování určitých segmentů tématu. Relativně malá standardizace výzkumných metod klade velký důraz na osobu výzkumníka, který pořizuje data v podobě poznámek z pozorování a rozhovorů, fotografií, záznamů zvuku či obrazu apod. (Hendl, 2005: str. 52).

³² V originále: „...they are the processes and products of a profoundly material practice and engage with material aspects of the social and the cultural“.

Zásady, za kterých může kvalitativní výzkum probíhat, jsou podle Hendla otevřenost, zahrnutí subjektivity, procesualnost, reflexivita, zaměření na případ, historicita a kontextuálnost, problematizace determinovanosti a iterativní heuristika³³. Otevřenost se týká zejména přístupu ke zkoumaným osobám, k situaci jako takové a také k metodám, které výzkumník používá. Znamená to také, že výzkumník je schopen měnit a dotvářet plán svého výzkumu i v jeho průběhu, samozřejmě z patřičných důvodů a ne pouze svévolně. Objektivita není možná ani v kvantitativním výzkumu, v kvalitativním výzkumu je zahrnutí subjektivity výzkumníka přímo nutné. Procesualnost kvalitativního výzkumu je jeho základní charakteristikou, nesnažíme se zjistit neměnný stav věcí, ale jak se vyvíjejí vztahy, interpretace a vazby jedinců vzhledem k sociální skutečnosti. Reflexivita pak s procesualností úzce souvisí – jedná se o schopnost výzkumníka reagovat na vzniklé situace. Výzkumník se také soustředí na jednotlivé případy. Historicita a kontextuálnost jsou aspekty, které logicky nutí výzkumníka k zařazení problematiky do souvislostí v dějinném procesu i jiných. (Hendl, 1999: str. 43-45).

Jak už bylo uvedeno, hlavním výzkumným nástrojem je osoba výzkumníka samotného. Strauss a Corbinová stručně zmiňují některé dovednosti, které jsou podle nich potřebné pro výzkum. Je nutné umět nahlížet na výzkum z odstupů a kriticky zanalyzovat situaci a tím se také vyvarovat zkreslení. Důležité je i získání spolehlivých a platných údajů a v neposlední řadě i schopnost abstraktního myšlení. „K tomu všemu potřebuje badatel teoretickou a sociální vnímavost, schopnost udržet si analytický odstup a zároveň užívat dřívějších zkušeností a teoretických znalostí k interpretaci toho, co vidí. Musí být všímavý pozorovatel a musí mít dobré komunikační schopnosti“ (Strauss, Corbinová, 1999: str. 11).

Při každém (nejen) kvalitativním výzkumu je potřeba uvědomit si problém, který představují hledané zákonitosti. Ve společenských vědách mají tato pravidla jinou pozici, než ve vědách přírodních. Systém pravidel Hendl označuje spíše za „negotiated order“, tedy dohadovaný pořádek. Proces, během kterého z počátečního problému postupnou prací krystalizuje zpracování tématu, lze vyjádřit pojmem iterativní

³³ O iterativní heuristice hovoříme v případě, že „získané výsledky ovlivňují další sběr dat i plán výzkumu“ (Hendl, 1999: str. 34).

heuristika. Jednotlivé fáze (formulace výzkumné otázky, přípravy výzkumu, sběru data jejich vyhodnocování) se vzájemně prolínají (Hendl, 1999: str. 43-45). Iterativní heuristika tedy vyjadřuje zastřešující zásadu pro práci v kvalitativním výzkumu.

3.1.1 Obecné uvedení do problematiky metody zakotvené teorie

Zakotvená teorie je typem kvalitativní metody sociologického výzkumu. Podle Strausse a Corbinové je pro zakotvenou teorii klíčový jev, který zkoumá. Systematické shromažďování údajů o zkoumaném jevu a jejich analýza je pro tento typ výzkumu základem, bez něžž zakotvená teorie nemůže existovat. Postup je tedy opačný než u kvantitativního výzkumu. „Nezačínáme teorií, kterou bychom následně ověřovali. Spíše začínáme zkoumanou oblastí a necháváme, ať se vynoří to, co je v této oblasti významné“ (Strauss a Corbinová, 1999: str. 14).

Tato metoda svou důsledností umožňuje zachytit a zpracovat problém tak, aby výsledek zaručoval splnění požadavků, které jsou kladené na vědeckou práci. Těmi jsou zejména validita, soulad mezi teorií a pozorováním, zobecnitelnost, reprodukovatelnost, přesnost, kritičnost a ověřitelnost. K těmto aspektům přidávají Strauss s Corbinovou ještě tvořivost, která umožňuje objevování nových kategorií, podmínek a důsledků, a která je nutná pro tvorbu nové teorie, jež má být cílem celého výzkumu (ibidem: str. 17).

Zakotvená teorie je jednou z mála metod, která dovoluje bez předchozích hypotéz a jiných kritérií vytvořit teorii přímo z existujících dat. Východiskem pro tento typ kvalitativního výzkumu není „formalizace teoretického problému, ale existence problému sociálního“ (Disman, 2002: str. 300). Struktury teorie se objevují v průběhu analýz a jsou to jediné limity výzkumu. Relativní svoboda při vytváření teorie je kompenzována nároky kladenými na výzkumníka.

3.1.1.1 Poznámka k teoretické citlivosti

Tíha zodpovědnosti, která leží na osobě výzkumníka, jak bylo již řečeno výše, je umocněna formulací požadavku teoretické citlivosti. Mělo by se jednat o určitou osobní

vlastnost badatele, přesněji jeho schopnost rozlišovat jemné detaily ve významu údajů. Tato schopnost souvisí s mírou vhledu do dané problematiky, může určit míru, s jakou výzkumník odhalí souvislosti, porozumí, dá význam údajům. Jejimi zdroji jsou podle Strausse a Corbinové především znalost literatury, profesní zkušenosti, osobní zkušenosti a samotná analýza (Strauss a Corbinová, 1999: str. 27-28).

Vědomí tohoto požadavku bylo pro výběr metody této práce jedním z klíčových momentů. V použití zakotvené teorie navazuji na svou sociologickou bakalářskou práci, ve které jsem analyzovala rozhovory se studenty herectví. Zároveň nahlížím do procesu tvorby televizního seriálu jako jeho přímý účastník, na vlastní kůži jsem si měla možnost vyzkoušet tvorbu postavy coby herečka. Zároveň jsem tak vstoupila do vztahů s dalšími účastníky zkoumaného procesu, což mi umožňuje nejen přístup k potenciálním datům, ale také schopnost data interpretovat jistě odlišně od výzkumníka stojícího „mimo“ natáčení seriálu, uplatňujícího pouze perspektivu vědeckého výzkumu.

Výše zmíněné zkušenosti provokují ke konfrontaci s vědeckým výzkumem a v ideálním případě by (v kombinaci se studiem literatury) měly zaručovat dostatečnou míru teoretické citlivosti. Za pomoci dodržování zásad metody zakotvené teorie a přesně popsaného postupu při jednotlivých krocích by tedy měl výsledek obsahovat vědecky zpracovanou žitou zkušenost.

3.1.2 Metoda

Seriál „Proč bychom se netopili“ vznikl v podstatě od roku 2005, kdy byl napsán scénář, Českou televizí byly obsazeny klíčové tvůrčí pozice a probíhaly konkurzy na herecké obsazení. Jak vyplývá z provedených rozhovorů, samotná myšlenka na vytvoření seriálu vznikla již přibližně o dva roky dříve (Martin, příloha III: str. 4). V průběhu první části natáčení, v létě roku 2006, mne napadlo zpracovat ideu tvorby seriálu jakožto tvorby mediálního produktu v diplomové práci. Postupem času vykrystalizovala výzkumná otázka do podoby: jakým způsobem je formována postava Kenyho v seriálu „Proč bychom se netopili“ jako součást produkční ideologie tohoto seriálu?

V průběhu poslední fáze natáčení, v srpnu a září 2007, jsem během natáčení provedla zúčastněné pozorování, tedy úvodní fázi výzkumu. Hendlovu poznámku o vhodnosti intenzivního kontaktu s terénem a situací jedince či skupiny jedinců jsem tak mohla prakticky využít (Hendl, 2005: str. 50–51). Na základě poznámek a formulace výzkumné otázky jsem na jaře 2008 provedla kvalitativní rozhovory pomocí návodu³⁴. Rozhovory byly postupně vedeny s hercem představujícím Kenyho, s režisérem a dramaturgem seriálu, produkční České televize a se scénáristou seriálu.

V rozhovorech jsem mimo jiné vycházela ze zkušeností získaných při vedení rozhovorů pro potřeby své bakalářské sociologické práce. Ty se do velké míry shodují se zásadami pro vedení interview, jak je uvádí Hendl (Hendl, 2005: str. 172). Především jsem se snažila dodržovat zásadu vytvoření rámce, v němž se dotazovaný vyjadřuje pomocí svých vlastních termínů a svým vlastním stylem. To se nejvíce projevilo u rozhovoru s režisérem, se kterým jsem hovořila jako s prvním v pořadí, a který používal silně citově zabarvené výrazy a výjimečně i vulgarismy. Požadavek na vytvoření tohoto rámce byl také velmi podpořen faktem, že s každým informantem jsem se znala z předchozího období natáčení. Naopak se občas ukázalo užitečné zopakovat otázku jinými slovy, protože nebylo zcela snadné dodržet zásadu formulování otázek jasným způsobem, kterému dotazovaný rozumí.

Již ve fázi přepisu rozhovorů jsem si zaznamenávala poznámky, které mohly vést k lepší orientaci v budoucím procesu kódování. Otevřené kódování tedy probíhalo na základě poznámek a otázek, které vyvstaly v průběhu přepisování rozhovorů. Kladení otázek je spolu s porovnáváním získaných údajů jedním z nezbytných analytických procesů, které otevřené kódování zahrnuje (Strauss a Corbinová, 1999: str. 43). Během práce s programem atlas.ti bylo během otevřeného kódování vytvořeno několik kategorií, kterými se podrobněji zabývám v následujících kapitolách. Následovala fáze axiálního kódování³⁵, která umožnila v rámci tvorby zakotvené teorie

³⁴ Hendl uvádí, že rozhovor pomocí návodu nebo jemu příbuzný problémově zaměřený rozhovor se hodí pro hledání zakotvené teorie. Používá se v případech, kdy již k problému existují určité znalosti a specifické otázky (Hendl, 2005, str. 174.175). Návod rozhovoru příkládám k diplomové práci (Příloha VI.), jeho okruhům se podrobněji věnuji v kapitolách 3.3.2.1 – 3.3.2.4.

³⁵ Axiálním kódováním se rozumí „soubor postupů, pomocí nichž jsou údaje po otevřeném kódování znovu upořádány novým způsobem, prostřednictvím vytváření spojení mezi kategoriemi. To se činí

odhalit nové vazby a procesy. Axiální kódování završilo samotnou analytickou práci v programu atlas.ti a vedlo k analytickým závěrům.

Výše zmíněný aspekt longitudinálního charakteru je v tomto výzkumu naplněn. Kontakt s terénem a se sociální skupinou tvořenou účastníky natáčení seriálu byl intenzivní a dlouhodobý. Reflexe každodennosti skupiny lidí, vytvořené na základě práce na natáčení, byla z mého pohledu nejvíce komplikována faktem, že jsem insider, tedy někdo, kdo nejen že ví „jak to chodí“, ale především ten, o kom ostatní vědí, že „ví“. Tím mohla být ohrožena snaha získat „integrováný pohled na předmět studie, na jeho kontextovou logiku, na explicitní a implicitní pravidla, která fungují v dané oblasti“ (Hendl, 2005: str. 52). Nejen pomocí již zmiňované teoretické citlivosti jsem se v průběhu své analytické práce pokusila tomuto úskalí vyhnout.

3.2 *Prezentace nástrojů použité metody. Zúčastněné pozorování a hloubkové rozhovory*

Výzkumné nástroje byly, jak jsem již uvedla výše, vybrány na základě dostupnosti a vhodné kombinovatelnosti v rámci kvalitativních metod. Pozorování probíhalo v neformalizované podobě od samého začátku natáčení, jeho přípravy v podobě castingů už na konci roku 2005 nevyjímaje. V létě 2007 jsem pak prováděla pozorování, které bylo ze samé podstaty participace na natáčení zúčastněné. Lindlof a Taylor uvádějí různé typy pozorování podle sociální funkce, jejich členění spočívá ve stupni participace pozorovatele ve skupině. Citují Adlera a Adlera, podle kterého se jedná o *periferní*, *aktivní* a *plné* členství (Adler a Adler in Lindlof, Taylor, 2002: str. 151). V případě tohoto výzkumu se jednalo o členství plné.

Zúčastněné pozorování je specifickou, zařazením spíše etnografickou metodou, která umožňuje překročit limity vyřčeného a doplnit informace o viděné. Sarah Thornton zdůrazňuje v rámci této metody dvě dimenze: účast a pozorování. Účast je soustředěna na to, co je řečeno, pozorování závisí na tom, co výzkumník vidí (Thornton in Gray, 2003: str. 83). Gray toto dělení doplňuje o soustředění výzkumníka na to, co vidí, že lidé *dělají*. I v jejím pojetí zúčastněného pozorování záleží na míře participace

v duchu kódovacího paradigmatu, které zahrnuje podmiňující vlivy, kontext, strategie jednání a interakce a následky“ (Strauss a Corbinová, 1999: str. 70).

výzkumníka v rámci skupiny, a tato míra také ovlivňuje podobu výsledného výzkumného materiálu (Gray, 2003: str. 83).

Vzhledem k dalším rozlišením, která se u techniky pozorování běžně provádějí (Hendl, 2005: str. 191), se v mém výzkumu jednalo o pozorování částečně otevřené, částečně skryté. O svém záměru pozorovat a zaznamenávat události, které se během natáčení děly a týkaly se vymezeného tématu, jsem totiž některé účastníky natáčení informovala, některé ne. Dělo se tak z prostého důvodu, že některých profesí, které se na natáčení podílejí, se můj záměr nijak zvláště nedotkl a bylo tedy zbytečné je o pozorování informovat.

V období následujícím po dokončení natáčení byly provedeny hloubkové rozhovory. „Rozhovory sdílí s jakoukoli jinou konverzací propojení s morální realitou. Nabízejí bohatý zdroj dat, který poskytuje přístup k tomu, jak lidé vysvětlují své problémy i své šťastné události³⁶“ (Silverman, 2001: str. 114). Jednalo se o kvalitativní rozhovory pomocí návodu. Tento výzkumný nástroj zcela odpovídá zadání výzkumu, který si klade za cíl prozkoumat výchozí ideje pro tvorbu seriálu v promluvách tázaných. Témata jsou tedy odvozena od hlavního tématu, ale rozhovor pomocí návodu zároveň umožňuje rozvinout myšlenku nebo téma, které informant navodí, což zaručuje, že budou skutečně zachyceny klíčové kategorie. Částečná organizace zajišťuje tazateli výhodnou pozici, „návod má zajistit, že se skutečně dostane na všechna pro tazatele zajímavá témata. (...) Současně umožňuje provést rozhovory s několika lidmi strukturovaněji a ulehčuje jejich srovnání“ (Hendl, 2005: str. 174). Především jsem považovala za podstatné, aby měli informanti možnost sami určit, co je pro dané oblasti nejdůležitějším tématem.

„Můžeme být experty v mnoha dimenzích sociální reality, ale v subjektivním prostoru, ve kterém jedinec pro sebe interpretuje sociální realitu a podle této interpretace také jedná, můžeme být naprostými laiky. Nej kvalifikovanějším odborníkem pro tento prostor je

³⁶ V originále: „Interviews share with any conversation an involvement in moral realities. They offer a rich source of data which provide access to how people account for both their troubles and their good fortune“.

jednotlivec sám“ (Disman, 2002: str. 293; tučně
v originále – pozn. M.Š.).

3.3 Prezentace průběhu výzkumu, konkrétní postupy

3.3.1 Pozorování v srpnu 2007. Druhá fáze natáčení seriálu a její specifika

Ačkoli vycházím ze zkušeností, které jsem nasbírala během celého průběhu natáčení, teprve v druhé fázi natáčení, v létě 2007, jsem vytvořila záznamový arch (příloha VII.). Pomocí něj jsem zaznamenávala čas, osobu, která v zaznamenané události vystupuje, místo, souvislost s konkrétním bodem ve scénáři, a obsah zaznamenané události. Tato metoda umožňuje zachycené momenty klasifikovat a časoprostorově vymezit, nicméně v širším kontextu ve výzkumu vycházím ze svých zkušeností obecně. Nebylo možné se v průběhu výzkumu opírat o pouze zaznamenané události. Důvodem byla komplexita pojatých zkušeností, které jsou od sebe neoddelitelné. S tímto důvodem souvisí i specifikum přístupu k dané problematice, kdy, na rozdíl od většiny prováděných výzkumů, stála na počátku přítomnost výzkumnice ve zkoumaném prostoru, a teprve později přišel impuls k provedení výzkumu. To je také přesně opačný postup, než bývá u zúčastněného pozorování často důvodem k užití právě této konkrétní metody³⁷.

Druhá fáze natáčení pro zúčastněné pozorování představovala ideální prostor v tom smyslu, že jsem byla plně přijímána jako součást zkoumané skupiny. Z tohoto důvodu jsem také nemusela absolvovat všechny fáze, které obvykle k zúčastněnému pozorování patří, jako je například navázání kontaktu nebo získání klíčového informátora. Přesto jsem, především z etických důvodů, o svém záměru některé účastníky natáčení informovala.

³⁷ Hendl například uvádí jako jeden ze tří nejčastějších důvodů pro provedení zúčastněného pozorování existenci velkých rozdílů mezi pohledy členů a nečlenů sledované skupiny (Hend, 2005: str. 193).

3.3.2 Hlubkové rozhovory

Hlubkové rozhovory pomocí návodu jsem prováděla v průběhu podzimu 2007 a jara 2008. Návodem se stal plán otázek, které jsem, částečně pod vlivem členění Eleny Levine (Levine, 2001), rozdělila do několika okruhů a podokruhů. V příloze (příloha VI.) zanechávám původní plán, do kterého jsem si také během rozhovorů nahrávaných na mp3 přehrávač u každého rozhovoru ručně psala poznámky. Posloupnost jednotlivých témat nebyla jednoznačně dána, snažila jsem se především vycházet z promluv informantů, aby přechod od tématu k tématu nebyl prováděn příliš násilně.

3.3.2.1 Mytologie (sociální procesy odrážející se ve formování postavy)

Nazvat tento okruh *mytologie* se zdá být z hlediska celkového výzkumu poněkud troufalé. Název je veden snahou naznačit, že tato kategorie by měla nejvíce vést ke komplexním odpovědím. Na otázky z této skupiny byly v průběhu rozhovoru kladeny největší nároky, protože pomocí nich jsem chtěla zjistit, jaké má ten který informant představy o vlastnostech postavy Kenyho. Jedná se tedy o skupinu otázek, které (zdánlivě) nejvíce umožňují informantům vyprávět a obnažit tak základní myšlenky, které se této postavy týkají. Otázky se týkaly vlastností Kenyho, jeho postavení v partě, nebo také toho, jak se jeho postava odlišuje od ostatních.

Během rozhovorů se ukázalo, že představy zástupců jednotlivých profesí, které se natáčení účastní, jsou, co se postavy Kenyho týká, poměrně uzavřené. Otázky, které směřovaly přímo k jeho postavě, byly více méně jednoznačně zodpovězeny, takže paradoxně příliš široké vyprávění nenabízely. Prostřednictvím odpovědí na otázky z tohoto okruhu je však možno pohlédnout na odpovědi obecného charakteru, takže tento okruh skutečně zůstal klíčovým a nabídl východisko pro odhalování mytologií, jak o nich hovoří Roland Barthes.

Ačkoli se otázky z „mytologického“ okruhu týkaly postavy Kenyho, bezděky (a později v některých rozhovorech i vědomě) vybízely ke srovnávání s ostatními postavami a obecnému vyprávění o obsahu seriálu. Tento moment se také ukázal být

vzhledem k pozdějším analýzám důležitým, přičemž přesahy do úvah o seriálu obecně byly informantům umožněny právě díky použití techniky rozhovoru s návodem, který se také od rozhovoru k rozhovoru mírně měnil, podle reakcí jednotlivých tázaných.

3.3.2.2 Zohlednění žánru (vztah k obsahu média)

Žánrové otázky v podstatě umožňují nahlédnout do principů, které výrobu tohoto mediálního produktu provázejí. Otázky, které se týkají specifčnosti seriálu oproti jiným (televizním) žánrům, dodávají potřebný rámec dalším úvahám, protože informanti jejich prostřednictvím vyjadřují, co je pro ně v této práci normou, a zda se vzhledem k tomuto žánru od své normy vychýlili či nikoliv, případně do jaké míry (příloha VI.: str. 2).

Pokud se zohlednění žánru týká, z promluv informantů není možno zcela rekonstruovat a oddělit žánrové podmínky, jak to například učinila Elena Levine (Levine, 2001). Pokud bychom za výchozí materiál pro výzkum považovali výsledný produkt a analyzovali jej (například metodou obsahové analýzy), pak by tento okruh otázek nutně vyžadoval odlišný přístup. V daném kontextu se ale stává okruhem, který spíše slouží pochopení jednotlivých vzniklých kategorií a jehož pomocí chápeme vztah informantů k sociálním procesům, které se v promluvách rýsují.

3.3.2.3 Zohlednění technologie (vztah k formě média)

K otázkám týkajícím se technologických postupů v průběhu natáčení jsem došla mimo jiné i díky svému zájmu o technické zázemí natáčení a díky postupům, které jsem měla možnost zakoušet a zkoumat od počátku natáčení. Technologické podmínky se v průběhu natáčení stanou téměř nejpřirozenějším činitelem, kterému je třeba se přizpůsobit, a to nejen z toho důvodu, že většina techniky stojí obrovské sumy peněz, takže profese, které jsou zodpovědné za plynulý průběh natáčení (produkční), k tomuto přizpůsobení všechny ostatní profese tlačí.

I vzhledem k tomu, že se takto technologie stávají přirozeným spoluhráčem, jsou promluvy o technologiích více méně vysvětlujícími, především tak činí herec Václav,

když popisuje technologické limity, které jeho práci ovlivňují (Václav, příloha I: str. 2). Z jeho pozice se jedná o přijetí statu-quo, které je z jeho profesní pozice pochopitelné. Tento status quo ovšem potvrzuje v rozhovoru i produkční, Hana. Obecné přijetí technologií jako základního stavebního kamene již v představách scénáristy při psaní scénáře potvrzuje i Miroslav, který se odvolává na určitou formu zdravého rozumu, díky níž lze již předem odhadnout, které nápady bude možné uskutečnit (Miroslav, příloha V: str. 11). Otázky týkající se zohlednění technologie tedy představují skupinu otázek svým charakterem podobných otázkám žánrovým.

3.3.2.4 Vztah k publiku a očekávání

Okruh otázek nazvaný *vztah k publiku* umožnil informantům formulovat některé předpoklady, které lze v promluvách zaregistrovat jako latentní, nebo k nimž se již v jiných okruzích vyslovili. Vztahem k publiku se rozumí očekávání, které mají tvůrci mediálního produktu vzhledem k jeho příjemcům. Otázky se týkají mimo jiné toho, jaký by měl mít divák vztah k postavě Kenyho, nebo kdo je podle informanta divák tohoto seriálu (příloha VI: str. 3). Tento okruh, jenž prolíná celými rozhovory, umožňuje přístup k idejím a předpokladům tvůrců seriálu z jiného úhlu pohledu, než je přímá otázka. Umožňuje také přiblížit se pojetí informantů, ve kterém existuje tvorba jako proces, jehož výsledek je určený příjemci, a zároveň dovoluje lépe poznat charakter reflexe tohoto příjemce.

3.3.3 Analýzy na přelomu roku 2008 a 2009

Analýzy, které jsem prováděla na konci roku 2008 a na začátku roku 2009, jsou tedy postaveny na rozhovorech uskutečněných na základě vytvořeného návodu, v němž figurovaly výše uvedené okruhy otázek. Jednotlivým okruhům jsem u každého rozhovoru věnovala jiné množství času a jinou pozici v posloupnosti rozhovoru, v závislosti na profesi, kterou daný informant zastává, a také v souvislosti s tím, co sám informant považoval za významné jako téma k hovoru.

Během otevřeného a axiálního kódování jsem pracovala také s fyzickou podobou přepsaných rozhovorů, které jsem pro účely citování mírně upravila, dle modelu, který uvádějí autoři knihy *Povolání: herec* (Čermák, Lindénová, 2000). Pro potřeby jiného sociologického výzkumu, který by se zaměřoval i na relevantní jazykové roviny vyjádření, by redukce byla nežádoucí. V tomto případě je však na prvním místě umožnění snadnějšího přístupu k pochopení výroků informantů. První, doslovný přepis, je v mnoha ohledech pro čtenáře nesrozumitelný, a to, jak není u výzkumů tohoto typu neobvyklé, „nejen vzhledem k svému značnému obsahu, ale také proto, že jde o obtížně čitelný text. Příčinou jsou rozdíly mezi mluveným a psaným jazykem“ (Čermák, Lindénová, 2000: str. 18). Proto jsem přepisy pro potřeby zapracování do textu redukovala. Pro ilustraci uvádím příklad nulové redukce:

„...prostě v ten danej okamžik je to prostě na tom herci, no, jako že jo. Že ten, ten to prostě jako hraje z nějakýho jako vnitřního přesvědčení, takže jako v ten okamžik to ovlivňuje von, ale, v tý akci, ale jako ten, tak zas jako ten, ten režisér má zas jako celou jakoby nějakou jako představu vo tom celku...“ (Václav, příloha I: str. 6).

Stejný úryvek textu pak po redukci prvního stupně vypadá následovně:

„...prostě v ten danej okamžik je to na tom herci, že jo. Ten to prostě jako hraje z nějakýho vnitřního přesvědčení, takže v ten okamžik to ovlivňuje von, ale v tý akci, ten režisér má zas jako celou nějakou představu vo tom celku...“.

V přílohách texty uvádím v jejich původní, neredukované verzi. Zároveň upouštím od redukce v dalších stupních, jak tento postup dále rozvíje Čermák z Lindénovou. Zvolený způsob redukce by měl umožňovat pochopení a srozumitelnost citovaných úryvků, zároveň je však nezabývá autenticity, mnohdy potřebné pro podložení některých závěrů. Pokud je citovaná promluva kratší než dva řádky, ponechávám ji, z důvodu plynulosti toku textu, bez odsazení.

4 Analytická část: pohled na zjištěné údaje z teoretické perspektivy

4.1 Analytická východiska

Zvolila jsem rozhovory s jednotlivými zástupci profesí, které se podílejí na tvorbě seriálu. Zaměřím se tedy na způsob, jakým promlouvají o seriálu *Proč bychom se netopili* a o tom, co je podle nich do tohoto seriálu během jeho tvorby vkládáno. Sémiotika jako věda, která se zabývá způsobem, jakým je v textu přenášeno sdělení, může být klíčem k hledání vytvářených významů. Při hledání znaků, kódů a následně denotací, konotací a mýtů nelze ovšem postupovat v této práci tak, aby jednotlivé vrstvy tvorby významu byly důsledně odhaleny tak, jak ve výsledném textu seriálu zaujmou své místo. Rozhodli jsme se podrobit analýze promluvy, které se produkce týkají, ale které jsou samy o sobě zatíženy mnoha dalšími aspekty. Tyto promluvy tedy nemusejí a pravděpodobně také nebudou úplně odpovídat výslednému televiznímu textu, nejsou jeho „ideálním“ předobrazem. Pokusíme se ovšem s pomocí nástrojů, které nám sémiologie dává k dispozici, rozkrýt ideje, které tento televizní text formovaly.

Barthes upozorňuje, že mýtus ztělesňuje vlastně dva propojené sémiologické systémy. Prvním z nich je jazyk, který nazývá „řeči – předmětem“³⁸, a dále je to mýtus sám, který nazývá „metajazykem“, neboť se jedná o sekundární jazyk, který vypovídá o „řeči – předmětu“. V rovině „řeči – předmětu“ tak Barthes nazývá označující „smyslem“, v rovině „metajazyka“ se jedná o „formu“. Označované zůstává neměnné a budeme ho společně s Barthesem nazývat „konceptem“. „Znak“ zůstává třetím členem v rovině první, avšak v rovině mýtu ho nazveme „signifikací“ - mýtus zde „má dvojí funkci: označuje a dává na vědomí, vede k pochopení a cosi vnucuje“ (Barthes, 2004: str. 115). Barthes tedy zdůrazňuje procesuální charakter signifikace, který v sobě zároveň zahrnuje označování a dávání na vědomí, ale také vnucování určitého privilegovaného významu.

³⁸ Svou volbu názvu „řeč-předmět“ zdůvodňuje Barthes tak, že se jedná o řeč, kterou uchopuje mýtus a používá k výstavbě vlastního systému. V lingvistickém systému se však jedná o termín „jazyk“ (Barthes, 2004: str. 113).

Pokud převezmeme Barthesovu terminologii, pak zkoumané promluvy mohou být chápány jako terciární jazyk, jakýsi druhý metajazyk, neboť vypovídají o obou sémiologických systémech. Netvoří ale jednoduše jakýsi další mýtus, protože zároveň jsou součástí mýtu prvotního. Tak chápeme například popisky v televizních programech, propagační promluvy, jejichž důležitost si sami informanti uvědomují a zmiňují ji (Miroslav, příloha V.: str. 15). V některých momentech rozhovorů docházelo k manifestaci vnímání celého rozhovoru jakožto součástí mýtu, jako by i rozhovor samotný mohl být publikován pro veřejnost a tím ovlivnit vnímání seriálu imaginárním potencionálním příjemcem. Dělo se tak přesto, že všichni zpovídání byli informováni o účelu rozhovoru³⁹.

Vraťme se ovšem k prvnímu bodu, tedy k otázce, jak je podle Rolanda Barthesa mýtus konstruován. Koncept mýtu koexistuje se smyslem ve vztahu deformace, která ale neznamená úplné zrušení. Smysl v rámci mýtu slouží konceptu, který jej potřebuje. Dochází k odcizení smyslu způsobenému existencí konceptu. Roland Barthes používá termínu „odcizení“ v téměř doslovném významu, protože smysl je v mýtu promluvou nejprve odcizenou a následně opět navrácenou a tento „prchavý okamžik zfalšování vytváří onen aspekt strnulosti, jenž je mytické promluvě vlastní“ (Barthes, 2004: str. 124). Za touto strnulostí vnímáme dobře směřování ke konsenzu, které je vlastní hegemonickému působení. Mýtus přetavuje smysl podle ideologického požadavku.

Aspektem, který je přímo vázán na ideologický charakter vkládaných významů, je právě motivovanost mytické signifikace. Na rozdíl od znaku, který může být nemotivovaný neboli arbitrární (jedná-li se o znak symbolický), je motivovanost pro mytickou signifikaci nutná, je totiž podmínkou pro podvojnost mýtu. Motivovanost je tedy nevyhnutelná, ale má své specifické podmínky. Podmínky motivovanosti vyvracejí první logickou asociaci týkající se její „přirozenosti“, analogie jsou totiž poskytovány historickou zkušeností. Tyto analogie jsou také pouze částečné, protože pouze některé

³⁹ Na tomto místě bych se ráda pozastavila nad svojí pozicí *insidera*, která má ze sociologického hlediska v některých výzkumech zásadní význam a stálo by za další zkoumání, jak se v rozhovoru projevuje. Momenty, kdy bylo sdělení adresováno jaksi „ven“, ne přímo mně, kontrastovaly s jinými okamžiky, které naopak přímo odkazovaly k mé znalosti situace. Lze vypožorovat, že tato rozdílná orientace na různé příjemce souvisí s tématem. Odpovědi formulované spíše obecně, pro svět „ven“ souvisejí právě s utvrzováním mýtu a jeho koherence. Zdůrazňování znalosti světa „uvnitř“ naopak souvisí spíše s výpověďmi o faktorech, které by potencionálně koherenci mýtu mohly ohrozit, například o osobnostech herců, kteří ztvárňují jednotlivé postavy (např. Martin, příloha III: str. 12).

aspekty analogií mezi smyslem a formou mohou mýtu posloužit. Dále je konkrétní motivovanost vždy výsledkem výběru mezi mnoha možnostmi; zásoba mytických označujících je velká, podle Barthesa dokonce nevyčerpatelná (Barthes, 2004: str. 126). Tato zásoba označujících umožňuje stále „nové“ variace vytváření mytologií.

V otázce realismu, kterému se podrobněji budu věnovat v analýzách týkajících se vztahu k divákovi, Barthes upozorňuje na fakt, že mýtus se s realismem v žádném případě nevyklučuje. V tomto ohledu Barthes zdůrazňuje, že na realistickou formu je třeba nahlížet buď ze sémiologického, nebo z ideologického hlediska, nikoliv je směřovat (ibidem: str. 135). Pohled, který v této práci uplatňuji, je zaměřen na ideologické pozadí jednotlivých promluv. Sémiotické postupy, které vedou k pochopení vytvářených mýtů, se u tohoto typu výzkumu stávají pozadím, na kterém vynikají ideologické metody jednotlivých dotazovaných. Děje se tak proto, že neanalyzujeme výsledný text, ale promluvy o něm.

Mytologie, kterými se chceme zabývat, je samozřejmě nutno zasadit do kontextu seriálové, narativní televizní produkce. Nyní je už zcela zjevné, že tento typ mediálních produktů je pro tento druh analýzy vhodným prostorem ke zjištění dalších souvislostí. Seriál *Proč bychom se netopili* můžeme zařadit mezi ten typ mediálních produktů, který kombinuje prvky různých žánrů, aniž by byl zcela vyhraněn v jednom z nich. Je to seriál, který, jak vyplývá i z promluv informantů, vnímá existenci vyhraněných žánrů, jako jsou soap opery nebo sitkomy. Zároveň však existuje nejistota o jeho přesném zařazení, i když některé momenty naznačují, že by bylo možno seriál zařadit mezi nový subžánr televizních příběhů, o kterých píše Glen Creeber, a to především v tematizování „úzce spjatých společenství a přátel“⁴⁰ (Creeber, 2004: str. 115). Tyto seriály přejímají některé prvky soap opery, dramatu, komedie a komediálního dramatu a Creeber mezi ně řadí například i v České republice známý sitcom *Přátelé* nebo seriál *Sex ve městě*. Lze namítnout, že velice podstatným údajem je míra, s jakou seriál do toho či onoho žánru televizní tvorby sáhne a převezme dané principy. Nejvíce citací týkajících se zařazení seriálu hovořilo o komediálním dramatu. Přesto však další zmiňované žánry nelze opomenout, především vzhledem k adjektivům „romantický“, „dobrodružný“ a podobným, které v rozhovorech padly, a také vzhledem k důrazu na milostnou linii

⁴⁰ V originále: „...close-knit communities and friends...“.

dvou dalších postav (Dana a Křížák), která byla informanty několikrát zmiňována (např. Martin, příloha III.: str. 5). Problematice žánrového zařazení se věnuji v závěrech vyplývajících z analýz (kapitola 4.3).

4.1.1 Synopse seriálu

Z důvodu lepšího porozumění kontextu analýz na tomto místě stručně shrnu děj a základní údaje o seriálu *Proč bychom se netopili*. Příběh, odehrávající se podle scénářů na konci osmdesátých let dvacátého století, se točí okolo party mladých lidí, z nichž část se mezi sebou zná, a část jsou nově příchozí, kteří „na vodu“ vyrazí poprvé v životě. Na základě toho, jak se poznávají mezi sebou, a jak do děje vstupují jednotlivé epizodní postavy, sledujeme jejich příběh. V polovině seriálu se děj přehoupne v čase o asi sedm let později, kdy se parta v již porevolučních časech vydává nejprve do hor, poté znovu „na vodu“. Ve skupině se vytvoří čtyři páry (Keny a Lucie, Oťouš a Gábina, Lída a Sumec a nakonec Bongo a Maruška). Mezi zbylými členy party, Danou a Křížákem, existuje až do konce příběhu napětí, přestože v posledních dílech Dana odjede do Ameriky a tam se vdá.

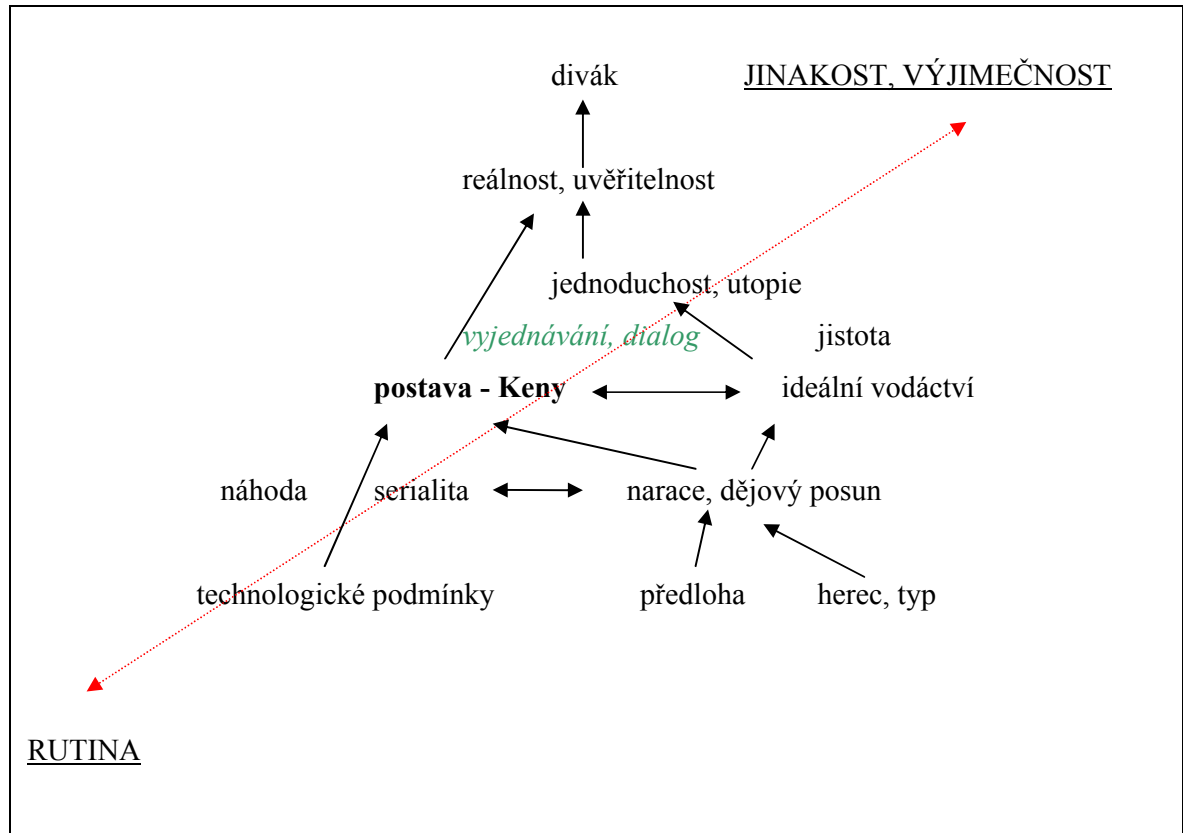
Každá epizoda má svůj vlastní uzavřený příběh, často doplněný o výraznější epizodní postavy, které vytvoří potřebnou dramatickou zápletku. Příkladem je třetí díl nazvaný „Tajemná žebročka“, kdy osaměle plující loď, na kterou parta neustále naráží, vyvolá otázky o svém původu. Parta zároveň potká pár trampů, Alenu a Petra. Ti zůstávají přítomni po celou dobu této epizody, na jejímž konci dojde k vysvětlení, že „tajemná“ loď patřila právě jim, ale rozhodli se ji opustit, protože ji neuměli řídit. Mezitím sledujeme vývoj vztahů, které se proměňují mezi deseti hlavními postavami kontinuálně přes všechny díly.

Proč bychom se netopili je desetidílný televizní seriál, jehož každá epizoda má délku zhruba padesát minut. Seriál byl vysílán v období ledna až března 2009 v hlavním vysílacím čase, vždy v pondělí ve 20:00 na hlavním programu České televize.

4.2 Analýza zjištěných údajů

Pro rozvinutí dalších analýz je třeba zaměřit se na vztahy mezi kategoriemi, které vyplynuly z axiálního kódování rozhovorů. Tyto vztahy vyjadřují obecně vlivy, které působí na výslednou podobu textu, a které byly v rozhovorech opakovaně vyjadřovány, ať už explicitně či implicitně. Pro přesnější vymezení toho, co bylo během analýz zjištěno, uvedu ve zkratce své závěry z pozorování provedeného v průběhu natáčení, ať už se jedná o pozorování zaznamenané či nezaznamenané. To, co se i během rozhovorů ukazuje jako klíčové, je důraz na proces vyjednávání o ztvárňované látce, která měla v době, kdy jsem se k ní poprvé dostala, podobu scénářů. Už fáze castingů, tedy výběrů rolí, je založena na vyjednávání režiséra s dramaturgy, případně scénáristy, o fyzické podobě herců, kterou dostanou jednotlivé postavy. Tento proces vyjednávání pokračuje po celou dobu natáčení, jak zmiňuje i dramaturg Martin, když hovoří o neustálém telefonickém kontaktu s režisérem Petrem (Martin, Příloha III.: str. 7).

Druhým významným zjištěním daným empirickou zkušeností byla míra přizpůsobení se technickým, časovým a finančním podmínkám, která u mě, dříve neznalé prostředí natáčení seriálů, ze začátku způsobovala v některých ohledech nepochopení a nejasnosti – například se to týkalo dlouhého čekání, zdánlivě nesmyslných přestávek v natáčení, posloupnosti některých pracovních aktů, posloupnosti natáčení ve srovnání s dějovou linií ve scénářích a podobně. Některé z těchto aspektů, které jsem označila jako záležitost rutiny, nejlépe osvětlila Hana z pozice produkční. Rutina a její role při tvorbě nejen postav se ukazuje být jedním z nejvýznamnějších faktorů, ať už z pozice statu-quo anebo proto, že informanti cítí jako významné ji definovat. Mytologie rutiny byla také u jednotlivých informantů konstruována různě, u každého z nich byla akcentována jiná její stránka. Hana ze své pozice dodala v rozhovoru mytologii rutiny nejvíce „stavebního materiálu“ a určila tak jeden z bodů na ose „rutina – výjimečnost“.



Obrázek 1

Na obrázku č. 1 jsou graficky znázorněny vztahy mezi jednotlivými významotvornými aspekty, jak se vyjevily z kombinace všech provedených rozhovorů jako výsledek axiálního kódování. Na jednom konci hlavní osy se nachází rutina, která v sobě zahrnuje historii dané zkušenosti a také pracovně-právní podmínky daného producenta, v našem případě tedy České televize. Přestože jsou podmínky dané Českou televizí konstruovány do svěbytné oblasti, kategorie rutiny je přesahuje, zejména v promluvách scénáristy Miroslava, který konstruuje obraz rutiny spisovatelské, které se rutina výroby z hlediska produkčního týká jen okrajově. Ve stejné rovině jako technologické podmínky se nachází kategorie znaků týkajících se předlohy a herce. Jsou to kategorie, které jsou výchozími, obecnými faktory, na kterých informanti dále staví

okruhy specifické pro tento konkrétní mediální obsah. V jiném případě by kategorie jako „ideální vodáctví“, „jistota“ neexistovaly, avšak předloha a herci ano.

Na druhém konci této osy, která protíná jednotlivé podkategorie, se nachází konstrukce mytologie výjimečnosti, odlišení od ostatních srovnatelných mediálních produktů, která byla významně vytvářena především režisérem Petrem a dramaturgem Martinem, podporována kategoriemi, které se jí nacházejí nejbližší, tedy tématem ideálního vodáctví, utopie, a také postavou Kenyho jako symbolu ducha přátelství, jistoty, nekomplikovanosti. Divák se nachází mimo hlavní osu, jeho role jako pomyslného arbitra je ale neopomenutelná. Herec, který se nachází spolu s technologickými podmínkami a předlohou v opozici proti divákovi, by se svým fyzikem měl nacházet přímo ve středu grafu, neboť svůj vzhled zcela odevzdává své postavě (to je také důvodem, proč i tvůrci seriálu v rozhovorech často zaměňují jména postav za jména herců a naopak). Jeho pozice je však samostatná, roli hraje i při vyjednávání o významu a také při konkrétní interpretaci scénáře.

Tento graf je ovšem ve své úvaze nedokonalý, jak se později ukáže, neboť konstrukt rutiny a konstrukt výjimečnosti nejsou hraničními body v tvorbě významů vkládaných do výsledného produktu, naopak se k sobě vztahují a vlastně v kruhu vracejí. Berme proto obrázek č. 1 jako počáteční rozdělení kategorií, tak, jak vzešlo z axiálního kódování. Na ose, kterou znázorňuje diagonálně umístěná šipka, lze kategorie vzájemně provázat. Tyto kategorie se stávají stavebními kameny vznikajících mytologií, jak byly informanty v průběhu rozhovoru předkládány a vytvářeny. Jejich komparace a kompilace a podrobnější zkoumání vztahů, které mezi nimi existují, jsou základem následujících kapitol.

4.2.1 Rutinní a technologické podmínky, prvek náhody

Televizní seriál jako žánr s sebou v promluvách informantů nese mnoho faktorů, které jsou v jejich představách s tímto žánrem spojeny. Ukázalo se, že každá z profesí má na konkrétní žánrovou podobu seriálu *Proč bychom se netopili* odlišný náhled. Jako jednoznačně humoristický, dokonce s explicitními odkazy na žánr sitkomu, definoval tento seriál scénárista Miroslav (Miroslav, příloha V.: str. 4). Jeho odkazy na pravidla

tohoto žánru značí to, co je jedním ze znaků rutiny, tedy míru profesionality, dodržování pravidel a odstup od daného profesního úkolu. Miroslav zasazuje seriál do kontextu zábavy, kterou staví do protikladu s uměním. Právě odmítnutí umění se stává vymežujícím bodem pro porozumění mýtu rutiny:

„M: ... všichni z toho chtěli dělat jako ponor, jo.

T: Co to znamená, ponor?

M: Jako že z toho vytěžíme, jako že, jako že umění.

T: A jo, takhle.

M: Ale to není, tady není prostor na umění, tady můžete dosáhnout, jako jak říkám, že vyklenete zajímavý vosudy a pobavíte těma figurama. To je jako dneska, dneska už se na umění nehraje, takže pod slovem umění už si představuje svůj zážitkový vókruh, jo. To by bylo pak zajímavý, co je vlastně umění, jo. Jestli je to ta nuda ušlechtilá, nebo jestli i uměním je dobře diváka pobavit a vodpoutat vod starostí, nebo jestli je umění vůbec pracovat s charakterama, dotáhnout ho, prostě si ho votočit naruby jako rukavici a ve všech zkouškách ten jeho charakter podrobit, jestli tohle je umění“
(Miroslav, příloha V.: str. 2-3).

Dobře vystavěné figury a pobavení diváka jsou znaky, které tvoří mýtus rutiny, v protikladu k umění, které je odvrhnuo termínem „ponor“. Pejorativní nádech a odstup je doplněn termínem „ušlechtilá nuda“, který implikuje protikladnou představu sympatické, dobře odvedené, svěží rutinní zábavy. Ta je však vykoupěna obtížnou prací, spojenou s respektováním daných pravidel, která „fungují“ jinde. Tak se například Miroslav vyjadřuje k faktu, že v seriálu vystupuje deset hlavních postav, což označuje za scénáristickou chybu (Miroslav, příloha V.: str. 4). Chyb, které pomáhají dokreslit představu správně odvedené rutinní práce, se v Miroslavově rozhovoru objevuje hned několik. Obtížnost se projevuje hned v práci s postavou, ke které se podrobněji vrátíme později.

„...zůstanou čtyři páry, už tohle je chyba, každé učitel, nebo každá příručka sitkomu vám řekne, že maximum na sitkom je šest postav. Přátelé jsou, myslím, vo šesti postavách. Tři páry, nebo čtyři páry. To je maximum.

T: Myslím, že jo, no, tři jsou. No, šest lidí.

M: Šest. My hrajem deset lidí. Jenom exponovat, to bude takovej problém“ (Miroslav, příloha V.: str. 4).

Deset hlavních postav, které musí scénárista dovést do určitého narativního rámce a v každém díle z nich vyklenout narativní oblouk, je zádrhelem v představě dobře fungujícího soukolí zábavy. Zde se začínají rýsovat již první náznaky souvislosti s výjimečností, která se odráží právě v tomto konfliktu s rutinní záležitostí – tedy s pravidlem o maximálním možném počtu hlavních postav. Miroslav si uvědomuje, že porušením tohoto problému se dostává do rutinních problémů. Už fakt, že počet postav ale zůstal neměnný, naznačuje, že s touto „chybou“ se bude dále manipulovat tak, aby se přehoupla na stranu potenciálních výhod seriálu. Srovnatelnou konstrukci nacházíme u Petra, který už Kenyho, tedy jednu z hlavních postav, označuje za nositele vodáctví, tedy té ideje, která je vlastní celé partě.

„...těch hlavních postav je deset, jo. Hlavních, ne jako že postav. Ale hlavních postav je, rovnocenných postav je deset. Takže jako z hlediska proporcí ten Keny jako nevyčnívá, nějak jako ten nejdůležitější, jako protože on je součástí tý party“ (Petr, příloha II.: str. 1). „Takže já ho vidím jako jednoho z deseti, ale samozřejmě, on je vypravěčem a je nositelem toho poselství toho vodáctví“ (Petr, příloha II.: str. 8)

Hlavní postavou se, a několikrát na toto téma došlo i během natáčení, stává parta. V rutinním přístupu stojí tvůrci před problémem, jak také režisér Petr uvádí, například ve střížně (Petr, příloha II.: str. 1). Ovšem tento rutinní přístup a vypořádání se s ním je jen první konotací, kterou problematika této „chyby“ představuje. Scénáristickými zásadami je tedy vytvořen jeden pilíř, který podpírá mýtus rutiny.

Druhým pilířem jsou pravidla, která popisuje a kterých se až úzkostlivě drží Hana jako produkční, tedy přímý zástupce producenta, v tomto případě České televize. Hana jako informant je v podstatě představitelem kategorie technologických a dalších produkčních podmínek, jelikož obracení se k daným pravidlům je pro ni klíčovým záchytným bodem v průběhu celého rozhovoru. Naprosto jasně formuluje také časové a

finanční podmínky, které jsou Českou televizí dány a v rámci nichž pracuje hned zpočátku výroby seriálu, při personálním výběru:

„Tam to šlo na dva roky, takže ten člověk jednak musí mít čas, jednak já se s ním musím dohodnout na penězích. Takhle ti lidi začnou odpadávat“ (Hana, příloha IV.: str. 1).

Finanční limity, které formují zrod televizního seriálu, jsou znakem rutiny, který je v rámci rozhovorů přítomen implicitně, ale o to více je zřejmé, že je základem, se kterým nelze pohnout více méně žádným směrem. Konkrétnější artikulaci v tomto smyslu nabízí Miroslav (Miroslav, příloha V.: str. 11) a explicitně se vyjadřuje opět Hana, když hovoří o výběru herců do hlavních rolí:

„Může se stát, že přijde, já nevím, Martin přijde s tím, že chce obsadit Demi Moorovou, tak samozřejmě to mu stopnu zavčas. Jasně, ten telefon zvednu. Já se jí zeptám, kolik by vzala honorář, ale když zjistím, že ten honorář by byl víc než seriál, tak řeknu, že to asi nepůjde. Jinak do toho nezasahuju“ (Hana, příloha IV.: str. 3).

Producent, Česká televize, působí jako rámeček, který je tvořen časovými, finančními a ostatními technologickými aspekty. V tomto rámci pak opět nastupuje vyjednávání, jak už ho zdůrazňuje i Hana v předchozí citaci. Jako produkční nezasahuje do výběru obsazení „autorských“⁴¹ profesí a později ani do jejich práce, pokud nehrozí překročení daných limitů. V této souvislosti je třeba zmínit Muriel G. Cantor, která říká: „Finální produkt – televizní drama – je kompromisem, vyjednávánou dohodou jako výsledkem diskuse“⁴² (Cantor, 1979: str. 390). Cantor zdůrazňuje nutnost této debaty z prostého důvodu, totiž že obsah televizního produktu je pokaždé jiný. Přesto je třeba brát v potaz, že situace u nás je poněkud odlišná, než jak ji popisuje Cantor, jak z důvodu jiné doby, tak z důvodu rozdílného prostředí daného českým televizním

⁴¹ Jako „autorské“ profese označuje Hana v hovoru o rozdělení kompetencí pozice režiséra, kameramana, kostýmního výtvarníka, architekta (Hana, příloha IV.: str. 1). Ve výčtu nezmiňuje profesi hereckou, která je však z právní podstaty také profesí autorskou.

⁴² V originále: „The final product – television drama – represents a compromise, a negotiated settlement of the debate“.

prostředím. Funkce dramaturgů, která zdaleka neexistuje ve všech západních zemích, je v případě tohoto seriálu jakýmsi prostředníkem mezi producentem, Českou televizí, a režisérem. Na jedné straně hájí zájmy svého zaměstnavatele, na straně druhé je oporou pro režiséra, scénáristu a další tvůrčí profese, s nimiž hledá společnou myšlenku.

Z tohoto hlediska nabízí Česká televize jako producent poměrně specifickou, pro tvůrce pohodlnou výchozí pozici. V anglosaské vědecké literatuře bývá často zmiňován aspekt enormního tlaku na výdělek a cenu vyráběného mediálního produktu. Spisovatel a producent Peter Dunne s třicetiletou praxí v americkém filmovém průmyslu zmiňuje konkrétní příklad.

„Noční scéna s deštěm by mohla být zajímavější z filmového hlediska, ale jestliže si kvůli výdajům na speciální efekty nebudu moci najmout talentovanějšího herce pro ztvárnění postavy v této scéně, dělal bych velkou chybu. Je to vyvažování s neustálým ohledem na kvalitu“⁴³ (Dunne, 2007: str. 100; překl. M. Š.).

Problematice finančního zájmu jakožto první motivace se mimo jiné věnuje také Todd Gitlin (Gitlin, 2000). O podmínkách nejen finančního, ale také ideového rázu ze strany producenta hovoří Elena Levine, když zmiňuje jako příklad zákaz zbraní pro hlavní postavy jako tvůrčí omezení (Levine, 2001: str. 136).

Ve výrobě pod hlavičkou České televize ustupují přímé kompromisy finančního rázu do pozadí, i když přítomny jsou, jak zdůrazňuje Hana. V tvorbě seriálu, kvalitativně odlišného od modelově vytvářených soap oper, ale i dalších seriálů na komerčních televizních stanicích, se tedy vyjednávání dostalo do pozice vychýlené od komerčního zájmu umístěného do první linie. Finanční omezení je přítomno, ale v daném statu-quo je ve vědomí všech zúčastněných zasazeno tak pevně, že ve vyjednávání ustupuje a neprojevuje se v rozhovorech jako významné. Bylo by možné namítnout, že v rozhovoru směřujícím k otázkám idejí a významů nebudou informanti o finančních podmínkách a jejich vlivu na výsledný produkt chtít hovořit s ohledem na

⁴³ V originále: „A rainy night street scene may be more interesting cinematically, but if spending the money on special effects prevents me from hiring a more talented actor for the character playing the scene on the street I would be making a big mistake. It is a balancing act with quality always in mind“.

to, že to není dost vznešené a zajímavé téma pro prezentaci. Tomu by napovídal i fakt, že informanti místy jako by zaměňovali výzkumné interview za propagační rozhovor pro média. Tuto námitku však nelze přijmout s ohledem na to, že výsledkem analýz má být konstrukce významů, jak ji právě informanti v rozhovorech značí. Pokud by se finanční téma jevilo jako pro informanty relevantní, mělo by být s ohledem na vztah založený na důvěře mezi výzkumníci a informanty reflektováno, a to například v méně explicitní podobě.

Obraz, jakého se nám pro rutinu v rozhovorech dostává, doplňuje ze své pozice herce Václav. Popisuje dopodrobna ty aspekty herecké práce, které, bez ohledu na ztvárňovanou roli, vždy vstupují do procesu tvorby postavy (Václav, příloha I.: str. 4-5). Tyto popisy rutinních procesů jsou doplněny kontrastem při vyprávění o natáčení seriálu *Ulice*, který je proti seriálu *Proč bychom se netopili* označen Václavem za „rychloseriál“ (Václav, příloha I.: str. 4). Vodácký seriál se ve Václavově textu vyjevuje jako seriál jiné kvality, než představuje *Ulice*, a to právě vzhledem k rutinním aspektům, k rychlosti, která je pro herecké výkony příznivější a umožňuje také, jak Václav vysvětluje, režisérům větší svobodu při výběru záběrů ve střížně.

Režisér sám vnáší do skupiny znaků rutiny prvek, který přímo odkazuje k serialitě a k jejím pravidlům:

„Tady přináší televize úplně nové zážitky, jo, uvědomil jsem si, že ta věc je ne postavená na tom, že je to pokaždý originální, ale ta věc je postavená na tom, že je to pokaždý stejný. Jo, a stejný to může být kvůli tomu, že jsou tam prostě furt ty stejný charakter. A ty charakter vlastně ten scénárista, nebo ty autoři toho seriálu stavěj do různých situací, ale vlastně ta základní situace je furt ta samá“ (Petr, příloha II.: str. 3)

Tento úryvek rozhovoru s Petrem výrazně podporuje vědomí pravidel seriality. Petr ve zdůraznění opakování stejného přímo navazuje na koncepci *záruky rozpoznání*, jak ji v souvislosti s charakterizací postav definuje Dorothy Hobson (Hobson, 2003: str. 105). Toto vědomí pravidelnosti lze, podle Petrovy definice, vztáhnout na širší okruh, než jsou postavy vystupující v seriálu. Petr sám zdůrazňuje, že není teoretik, ale

z empirické zkušenosti vysuzuje charakteristické znaky seriálů, které považuje za dané a pro televizi jako médium specifické. Od této specifické rutinní konstrukce je možno se dále odrazit v souvislosti s tvorbou mýtu postavy Kenyho, jehož vlastnosti a funkce se v rámci seriálové narace od tohoto pravidla seriality významně odvíjejí.

Mýtus rutiny je v rozhovorech vystavěn z rutiny scénářistické, která je velice úzce spjata s rutinou seriality, jak o ní hovoří režisér Petr. Druhým pilířem se stává rutina produkční, tedy personální, technický, časový a finanční „recept“. Posledním pilířem se stává rutina herecká, která nás obloukem navádí zpět k rutině vytvářené technickými a ostatními produkčními podmínkami. Celá skupina znaků a podkategorií, které se vztahují k mýtu rutiny, se také opírá o prvek náhody, který byl v rozhovorech uváděn jako jeden z elementů, se kterým je nutno při výrobě počítat. Hana tento prvek uvádí v souvislosti se změnou původního plánu (Hana, příloha IV.: str. 3). Z analytického hlediska je kategorie náhody nepohodlným elementem. Je velmi obtížné zkoumat její vztahy s ostatními kategoriemi, protože její základní funkce, nahodilost, je z podstaty nezařaditelná, a tedy nepravidelná. Jistě by eventuelně stálo za větší pozornost zkoumání vlivu náhody na výsledný produkt. V dané analýze se jedná o podkategorii, existující v přímé souvislosti s technologickými produkčními podmínkami.

4.2.2 Předloha a s ní související mýty, v jejichž centru se nachází mýtus ideálního vodáctví

Pozice předlohy, tedy knihy Zdeňka Šmída *Proč bychom se netopili* (Šmíd, 2005), je z pohledu seriálových, rutinních pravidel specifická. Rutinu, která je spojena s profesí scénáristy, částečně dramaturga a posléze i režiséra, totiž posouvá mimo běžný rámec, ve kterém dané profese vyjednávají podobu zvoleného tématu. Tento posun už v citovaných promluvách naznačil Miroslav, když narážel na scénářistické „chyby“ v podobě velkého množství postav. Situace se tak výrazně liší od té, kterou uvádí Elena Levine, když popisuje tvorbu textu v podobě scénářistických sezení jako zdrojů narativních témat a motivací jednotlivých postav (Levine, 2001: str. 141). Předloha je v našem případě prvotním a místy až nedotknutelným zdrojem dalších úvah, jak o tom hovoří dramaturg Martin, když vysvětluje, jakým způsobem byl seriál koncipován

(Martin, příloha III.: str. 3). V předloze jako takové je také podle informantů třeba hledat zdroje hlavních témat, která s sebou seriál přináší. Nejsilnějším tématem je téma vodáctví, které v sobě zahrnuje mnoho dalších.

„Maximum dostupné české romantiky je, že si sednete na kěňu, vona je vratká, vy si do toho dáte veškerej svůj majeteček, kterej v tu chvíli potřebujete na přežití, a aby se mohlo přenocovat někde, každej šutr je pro vás životní vohrožení, a teď jedete.“ (Miroslav, příloha V.: str. 12)

Romantika a dobrodružství jsou ve vodáctví bezpečně uzavřeny a jsou bezprostředně spjatá s českou zkušeností, kterou „na vodě“ především před Sametovou revolucí učinila velká část české (československé) populace, jak se o tom také zmiňuje režisér Petr (Petr, příloha II.: str. 1). Tato zkušenost je tedy více méně ohraničená geograficky, což jí v očích informantů dává ve vztahu k divákovi výhodu oproti jiným, méně specificky českým mediálním produktům. Předloha tedy sugeruje text, u nějž existuje vysoká pravděpodobnost, že při jeho sledování si velká většina diváků spojí jeho obsah s vlastními zážitky.

„...proč lidi jezdili kdysi na vodu, fakt jako aby vypadli, aby byli spolu, a že vlastně vůbec nebylo důležité, jak rychle to projedou, anebo kam vlastně jedou, ale spíš ten pocit být někde spolu“ (Martin, příloha III.: str. 1)

Z promluv ale zároveň jasně vystupuje vědomí toho, že hlavní konotace spojené s vodáctvím jsou přenosné do jiných prostředí, protože mají schopnost aktivovat v divákovi hodnoty, které jsou obecně sdílené. Takových rysů v promluvách informantů najdeme celou řadu. Václav uvádí příslušnost k určité komunitě, sounáležitost (Václav, příloha I.: str. 12). Více informantů zmiňuje určitou naivitu, jednoduchost, kterou nejlépe vyjadřuje Petr:

„když to jako řeknu zjednodušeně, tak vono je to trošku přiblblý, jo. Vono je to jako takový naivní, jak se tam furt jako řeší to, že ta voda a zkazit si vodu, a jet vodu, a mít rád vodu, ale samozřejmě, vono je to mnohem širší

téma, který je nasazený na to vodáctví, ale každéj člověk, kterej má něco rád, jo, tak prostě se vyžívá v tom, že to rozebírá ze všech úhlů a donekonečna v tom plácá, a mně se líbí prostě to zaujetí, jo. Ta vášeň, se kterou ty lidi prostě něco tak vyčpělýho, jako je dneska vlastně vodáctví, nebo ježdění na vodu, jak to můžou prožívat vášnivě a prostě jako radostně“ (Petr, příloha II. str. 1).

Naivita, která je spojena s velkým zaujetím, jako by sugerovala zaujetí i dále, směrem k tvůrcům a z jejich pohledu snad i k divákovi. S tím souvisí jiný znak, ke kterému se vyjadřuje Martin, nádech mládí a „první nějaký lásky, nějak ty zážitky na vodě, který tě braly a nic tě nerušilo“ (Martin, příloha III.: str. 17), jinými slovy prvek nostalgie. Nostalgie je spojena nejen s obsahem knihy, která je předlohou tomuto seriálu, ale také s vědomím, že tato kniha byla napsána před třiceti lety. S tímto vědomím operují nejen tvůrci seriálu, opět jej projektují také směrem k divákovi, samotná vybraná citace se v rozhovoru nachází v místě, ve kterém Martin rekapituluje důvody, proč by daný televizní seriál měl být divákem sledován. Nezlomné přátelství, které vystupuje jako jednoznačně spojovací prvek pro všechny zmiňované kategorie a ve spojení s přírodou a mládím představuje mýtus, kterým je vodáctví zcela nasyceno a který je nejen v západní kultuře přijímán jako hodnototvorný. Mýtus ideálního vodáctví v sobě sjednocuje všechny zmíněné znaky a odvíjí se od druhého stupně signifikace, ve kterém je koncentrováno vodáctví reálné, tak, jak existuje v povědomí široké veřejnosti. Ideální vodáctví je mýtem obohaceným o znaky stability, přátelství a nostalgie (a o další, jak je nalezneme v obrázku č. 1).

K předloze, která v zásadě určuje všechna zásadní témata seriálu, byl informanty zaujímán přístup, který lze v některých okamžicích označit jako posvátný. O nedotknutelnosti látky hovořil Miroslav, který se jako scénárista musel potýkat s předlohou i s představou samotného autora předlohy Zdeňka Šmída.

„...voni se kdysi zamilovali do knížky, která se jmenuje „Proč bychom se netopili“, a oslovili Zdeňka Šmída, jestli by jim z toho nechtěl napsat seriál. A Zdeněk Šmíd, to je prostě autor, kterýho já když jsem četl v těch, já když jsem četl to první vydání tý knížky jo, tak jsme z ní

byli všichni unesený. To bylo, to je kulíák jako jeden z mála, jo. A to prostě, jsem si říkal, tak to je teda neuvěřitelně humoristická knížka, a moudrá. (...) On je výbornej prozaik, ale je už, když to řeknu špatně, nechci říct, je horší, horší dramatik. Ale dramatik svýho vlastního textu, to je to nejhorší, co může bejt, jo“
(Miroslav, příloha V.: str. 2)

Nedotknutelnost se na první pohled jeví jako překážka pro tvorbu dalších, přidaných kvalit seriálu. Přesto se ale překážkou nestává, naopak rafinovaně podtrhuje výše zmiňované hodnoty, neboť jim dodává *stabilitu*. Znak jistoty, přítomný v existenci knižní předlohy, která na knižním trhu existuje dlouho a úspěšně, je navíc doplněn jistotou, kterou v sobě obsahuje přátelství v mýtu ideálního vodáctví. Správné přátelství trvá a je jisté, na správnou vodáckou partu se dá spolehnout.

4.2.3 Postava Kenyho jako symbol ideálního vodáctví

Potřeba jistoty, kterou pociťují tvůrci seriálů, vyplývá ze samotné potřeby zaujmout co nejširší diváckou obec. Jistotu a stabilitu je nejlépe zhmotnit, tak, jak se to stalo prostřednictvím postavy Kenyho.

„...on byl ten, který vlastně jako spoustu těch lidí seznámil a jako jestli tam byl někdo úplně stabilní, tak to byl právě on, jo. Někteří tam přišli, že jo, někteří tam byli a někteří pak jako odešli, jo, ale ten Keny prostě je takový jako, taková jistota toho“ (Martin, příloha III.: str. 6).

Tato postava je v seriálu, stejně jako v knižní předloze, vypravěčem děje, takže je žádoucí, když „ten divák je přeci jenom skrze něho více vtažen mezi ty jednotlivé postavy té party“ (Martin, příloha III.: str. 5). Vtažení diváka mezi partu znamená, že je od něho vyžadován rovný přístup k hlavním hrdinům, nejedná se tedy o typy postav, ke kterým je třeba vzhlízet a obdivovat například jejich nadpřirozené schopnosti. Divák se má v ideálním případě cítit jako jeden ze členů skupiny. Schopnost identifikace se objevuje jako základní vztah mezi divákem a postavou v mnoha studiích. Hobson uvádí,

že znalost postavy a tedy důvěrný vztah s ní je základem soap oper, ve kterých jsou charaktery budovány jako „běh na dlouhou trať“ (Hobson, 2003: str. 83-84). K tomu, aby bylo dosaženo cíle a divák postavu rozpoznal, případně s ní cítil souznění, slouží celá řada znaků a kódů, která postavu charakterizuje (Butler, 2007: str. 52). V případě Kenyho, který je vypravěčem celého příběhu, se jedná především o neutuchající zaujetí vším, co souvisí s vodáctvím. V průběhu natáčení jsem byla svědkem vyjednávání týkajícího se povahy Kenyho, především v souvislosti s jejím „zlidštěním“, takže v určitých momentech seriálu Keny například kouří cigarety.

„...von je takovej jako pravdař, nebo, nebo jak to říct, (..) kladná postava, prostě jo. A to je jako dycky jako těžký, obzvlášť když to není nějaká nadsázka, asi, tak to nějakým způsobem hrát, že jo, protože to je takový jako (..) prostě takový jako (..) těžký.“

T: Nereálný.

V: Nereálný, no. Tak myslím, že jsme se shodli na tom, že jsme tam, že třeba pak já jsem tam, že jo, měl nějaký ty cigára, aspoň jako, že jako nějak ho zlidštit, nebo že to není člověk, kterej je jako dokonalej“ (Václav, příloha I.: str. 6-7).

Zlidštění a snaha vyvarovat se přílišné dokonalosti je zde jednoznačně znakem přiblížení se k divákovi, tedy k usnadnění cesty k identifikaci. Zároveň je zde vyjádřeno, že z rutinního hlediska je přílišná „dokonalost“ obtížně zpracovatelná z hereckého hlediska, přiblížení má tedy efekt sblížení nejen jednostranně vedený směrem k divákovi, ale také směrem k herci.

Identifikace, jak ji popisuje i Ien Ang při studii diváků *Dallasu*, se nevyskytuje jako izolovaný jev vázaný pouze na postavu, ale souvisí s celou narativní strukturou, do které je postava včleněna (Ang, 1985: str. 29). To je pro uvažování o postavě Kenyho zásadní. Jestliže jsme v minulé podkapitole věnované mýtu ideálního vodáctví shrnuli znaky a kategorie znaků, které vodáctví formují, pak postava Kenyho je esencí právě tohoto mýtu. Jeho „správnáctví“, to, že je jednoznačně „kladnou postavou“ odkazuje až k duchu Mirka Dušína z Rychlých šípů, kteří jsou v českém nejen literárním kontextu považováni za vzor přátelství a správného chování. Odstup od tohoto slavného pravzoru

je vyjádřen už v uvedené citaci, je manifestován snahou postavu Kenyho zlidštit. Přesto je Keny podobný Mirkovi Dušínovi minimálně v pevné spjatosti se všemi pravidly, která jsou v tématu vodáctví přítomna⁴⁴. Keny „má zodpovědnost za tu partu, aby to dobře proběhlo, je to stmelovač party, von jí dá dohromady, na něm se otevírá příběh“ (Miroslav, příloha V.: str. 6). Jeho role vypravěče je přímo spjatá s tím, že je nositelem základních hodnot, které ze své pozice nemůže zpochybňovat. Hodnoty, které jsou esencí vodáctví, jsou pro Kenyho hlavní charakteristikou, která určuje i jeho pozici mezi ostatními postavami.

„Keny, jako, mám-li být upřímněj, pro mě to není, nedá se říct, že by to byla jakoby vůdčí figura, jo. Protože ale von tam ani ten Křižák, kterej je vlastně nejstarší, nejzkušenější, není vůdčí, jo. Není, nikdo z těch kluků, ani z těch holek. (...) Ale ten Keny je spíš takovej ten přesně, trošku, no v tom je ten člověk, kterej je jako přesvědčuje k tomu, co by se mělo dělat. Ale nikdo tam nediktuje, jo. Takže já ho vidím jako jednoho z deseti, ale samozřejmě, on je vypravěčem, a je nositelem toho poselství toho vodáctví“ (Petr, příloha II.: str. 8).

Petr v uvedené citaci staví Kenyho do pozice, kdy jeho postavou doslova doplňuje mýtus ideálního vodáctví o jeho nejnosnější podpěru. Je jednou z hlavních postav, která ve svém narativním úkolu významem nepřevyšuje postavy ostatní, zároveň ale v pozici vypravěče plní důležitou úlohu nositele všech klíčových znaků. S Kenym je tedy spojováno „slušňáctví“, které je přisuzováno studentům matematiky a fyziky (Václav, příloha I.: str. 7). Je spíše pozorovatelem, možná i samotným autorem předlohy Zdeňkem Šmídem (Miroslav, příloha V.: str. 8). Co může symbol vodáctví představovat lépe, než samotný autor předlohy? Alespoň informanti tak jasně staví do jedné logické řady tyto kategorie: autor předlohy, předloha, vodáctví, postava Kenyho.

⁴⁴ K Mirkovi Dušínovi se také dostává dramaturg Martin: „...řikám, není to postava, která by byla jako Mirkem Dušínem, si myslím, v tom příběhu. Protože ten Mírek je jakoby úplně bez chyby a je takový ten úplně to, ten Keny, a to je právě jako krásné, že jo, konkrétně jakoby s tebou tam má prostě několik jako momentů, kdy to jako vezmeš do ruky ty (*směje se*) a prostě on se rád tomu nakonec jako nechá podřídit“ (Martin, příloha III.: str. 17). „Ty“ v promluvě značí postavu, kterou jsem ztvárňovala – Lucii, která se stává partnerkou postavě Kenyho. Vymezení vůči Rychlým šípům Jaroslava Foglara tedy v mýtu vodáctví je přítomno.

Výběr konkrétního herce pro postavu Kenyho tak probíhal jako proces naplnění postavy. Předpoklad pevné, jasně dané předlohy vyjadřuje režisér Petr, když popisuje svůj přístup k výběrům, tedy ke castingům. (Petr, příloha II.: str. 5). Postava ve scénáři, předloha, je zde jednoznačně prvotním momentem, do které se herec „vměstává“. Tento přístup stvrzují i ostatní informanti v odpovědi na otázku, jakým vývojem postava prošla od počátku celého projektu do momentu, kdy materiál vstupuje do fáze střihu. Podle nich je její vývoj nulový, v podstatě došlo k vyplnění formy, kterou pro postavu vytvořila předloha (např. Martin, příloha III.: str. 8). K tomuto tématu se podrobněji vyjadřuje Miroslav ze scénáristického pohledu. I on stvrzuje to, že postava Kenyho je nejvíce ze všeho ovlivněna předlohou, a to dokonce do té míry, že v ní vidí jako scénárista problematický bod v rámci rutiny týkající se narativních postupů.

„Podle mě je Keny blbě vystavěná figura. Podle mě je blbě vystavěná figura, protože už vod začátku, s tím se nedalo skoro nic udělat, jo, protože on vlastně je pro diváka nejmíň zajímavěj. Protože on je slušňák. A vypadá to, že si našel holku, která je taky slušná. S takovejma lidma se moc srandy nezažije“ (Miroslav, příloha V.: str. 8.).

Pro Miroslava, který, jak jsem uvedla na začátku kapitoly, se silně vymezil ve prospěch scénáristických rutin, představuje postava Kenyho nesoulad, protože nemůže být nositelem významných dramatických potřeb. „Jestliže Keny je vypravěč, to znamená velkou nevýhodu pro pro tu figuru. No protože von není nositelem dramatu“ (Miroslav, příloha V.: str. 6). Miroslav vypočítává, že pro postavu Kenyho existují dva dramatické úkoly, získat dívku a svou budoucí ženu, postavu Lucie, a držet pohromadě partu. První úkol odpovídá jeho zařazení mezi „správnáky“, protože si najde ženu, se kterou naváže v zásadě ničím nekomplikovaný, opět *stabilní* vztah. Kromě tohoto úkolu už je Keny zcela v zajetí mýtu ideálního vodáctví, a svou pozicí jej neustále živí a podporuje. Díky Barthesově dekonstrukci mýtů tak nacházíme také paradigmatické a syntagmatické zařazení jednotlivých znaků, které tento mýtus konstruuje. Z paradigmatického hlediska se jeví výběr znaku, jako je „slušňáctví“, vhodným tahem, stejně jako jím je syntagmatické zařazení, které lze nalézt v linii: „slušňák“ Keny si najde dívku, také slušnou, navazuje s ní nekonfliktní vztah, ožení se s ní, a i těmito činy (ale nejen jimi) se trvale stará o partu a její bezproblémové fungování. Jako potenciálně

humorné se jeví ty situace, ve kterých je Keny konfrontován s realitou, která odporuje jeho „idealistickému“ pojetí chodu party, jak to zmiňuje i herec Václav (Václav, příloha I.: str. 12). Humor je zde potvrzujícím principem, který nemění nic na jisté pozici postavy Kenyho v rámci ideálně-vodáckého mýtu.

„Keny vlastně nemá žádnou charakterovou vadu. On je z nich všech nejčistší. Nejčistší. A já jsem věděl, že s tím nemá ani smysl, že to nemá cenu prohlubovat, protože on jako pozorovatel toho dění, to je takhle jo. (...) Kdybychom ukázali vypravěče jako někoho, jako křiváka, tak budeme tu jeho, to jeho vyprávění budeme zpochybňovat. Relativizovat“ (Miroslav, příloha V.: str. 6).

Z hlediska rutinního se jedná o problém, z hlediska mytologií před sebou máme další zajímavý aspekt. Jak už bylo řečeno, Keny podporuje mýtus ideálního vodáctví především z hlediska stability, což v uvedeném úryvku z rozhovoru vyjadřuje Miroslav slovy, že nelze relativizovat postavu, která vypráví *náš* příběh. Keny je symbolem ideálního vodáctví, to znamená komplikaci pro rutinní fungování narativních pravidel, ale zároveň to značí výjimečnost oproti jiným seriálům. Tato postava není jen tak obyčejným vypravěčem, Keny je strážcem a ztělesněním přátelství a s ním spojených (vodáckých) hodnot, přičemž zároveň se snaží zůstat „uvěřitelným“, tedy lidským, aby fungoval i ve vztahu k divákovi. Připomeňme, že to je právě z vzájemného vztahu s divákem, kde vzniká typičnost postavy podle Umberta Eca (Eco, 2006: str. 185). Jeho zaměření pozornosti na sociologii postavy nás navádí právě na způsob, jakým je formování postavy provázáno s představou diváka, lépe řečeno s představou, jakou mají o představách diváka tvůrci mediálního produktu.

4.2.4 Jinakost, výjimečnost

Nyní už naplno vyvstává obrys mytologie výjimečnosti, která je postavena na výše uvedeném. Rutinní postupy, které definují základní jednání všech aktérů tvorby tohoto televizního seriálu, nejsou specifickou kategorií, ale obecnou podmínkou pro vznik jakéhokoli mediálního produktu. Jedná se ale také o spojení s mýty charakteristickými konkrétně pro tento televizní seriál, jako jsou jednoduchost, utopie, „slušáctví“, přátelství, spojené v mýtus ideálního vodáctví, a koncentrované do

postavy Kenyho, které (samozřejmě mimo další narativní prostředky) umožňují mytologii existovat přímo v kontaktu s divákem. Výjimečnost je v tomto případě tvořena především pomocí procesu vymezování se vůči existujícímu, a to jak žánrově, tak obsahově.

Výjimečnost byla značena už popisem procesu vyjednávání v hovorech o rutinních záležitostech týkajících se výroby. Hana i Martin, zaměstnanci České televize, dali rámec svým profesím produkční a dramaturga, aby tento rámec vzápětí zkonfrontovali s výjimečným chováním v rámci přípravy seriálu *Proč bychom se netopili*. Hana více méně zůstala v mezích, které jí televizní rutinní chování umožňuje modifikovat podle konkrétního charakteru vyráběného produktu. Proto se její konstrukce výjimečnosti opírá téměř výhradně o znaky časových a finančních dispozic a z nich vyplývajícího výjimečného přístupu k procesu tvorby (Hana, příloha IV.: str. 8). Martin už navazuje v popisu své práce na seriálu na výjimečnost ve vyjednávání o obsahu a o konkrétních krocích v rámci produkční fáze:

„...Já jsem fakt jako dělal věci, které bych třeba normálně ani jako vzhledem k té profesi třeba dělat nemusel, jo“ (Martin, příloha III.: str. 7).

Tento poměrně idylicky konstruovaný obraz o vyjednávání a až altruistickém přístupu je dán identifikací tvůrců s obsahem mediálního produktu. Tato identifikace je implicitně vymezením vůči ostatním analogickým komerčním mediálním produktům. U nich se předpokládá, že výroba je zcela záležitostí rutiny a podřízení se komerčním požadavkům na finální podobu produktu. Ačkoli se v promluvách informantů jedná o vymezení implicitní, je to vymezení, které se děje v souladu s tím, co o identifikaci zmiňuje Todd Gitlin, totiž že k ní ze strany tvůrců televizních obsahů zřídka dochází (Gitlin, 2000: str. 24). To značí odstup, který si vzhledem k identifikaci se seriálem udrželi do větší míry pouze Hana a Václav, kteří ale zároveň pomáhají vytvářet mytologii výjimečnosti jinými prostředky, například také reflektováním identifikace u ostatních tvůrců. Zajímavou dvojici zde tvoří profesionální odstup, představující rutinu, a identifikace ve smyslu emočního angažmá vyznačující příklon k obsahu. Tento příklon je znakem výjimečnosti.

Výjimečnost, kterou jsem načrtla v souvislosti s předlohou, se také týká promluv Miroslava jakožto scénářistické tvůrčí složky. Jedná se o fakt, že literární předloha nabízí „provinění“ proti seriálovým pravidlům, jako například mnohost postav. Právě mnohost postav je v rozhovoru s Miroslavem propojena s tematickou daností, která pramení z nedotknutelné (taktéž výjimečné) předlohy, a cestou hodnot spojených s ideálním vodáctvím se dostává do mytologie výjimečnosti, aniž by výrazněji narušila její kostru. Odlišení od ostatních televizních seriálů formuluje Petr:

„Tam bylo těch deset lidí, jo, a ty mezi sebou jako žili nějaký vztah a nějaký přátelství a vlastně je to takový nezáludný a nikdo vlastně nikomu jako nedává nič do zad, ani ho vlastně nechce vokrást, což, jak říkám, jo, je to, myslím, mimo čas, ten seriál, jo. Že jako většina těch dnešních seriálů, co prostě maj úspěch a sledovanost, tak jsou vo tom, že propíraj takový ty dramatický momenty toho lidskýho života, jako je prostě smrt a jako podvod a nenávisť a prostě vášeň a zahýbání, a toleto. A toleto je tak jako naivně mimo tendleten proud“
(Petr, příloha II.: str. 2)

Později Petr používá termín „kuchyňské drama“ (ibidem: str. 2), aby naznačil, od čeho své názory odlišuje, a pejorativní nádech tohoto výrazu značí, že staví vodáckou tematiku nejen mimo tyto ostatní mediální produkty, ale také nad ně. Nezáludnost a naivita, zmíněné ve výše uvedené citaci, apelují na to, aby divák vnímal nejen odlišnost jako takovou, ale odlišnost hodnotnější, stabilnější, pramenící z důvěrně známého. Dodávají na určitou chvíli kvalitu, kterou není možno najít v ostatních vysílaných televizních produktech. Tato kvalita je umně vyvažována, jak později poznáme, nabídkou slasti, avšak nese známky toho, co jako kvalitní televizní program definuje Sarah Cardwell (Cardwell, 2007). Kvalita je v jejím pojetí neoddělitelná od vnímání hodnot a na takový program je pohlíženo s určitou mírou vážnosti (Cardwell, 2007: str. 21). Jistou, i když diskutabilní míru vážnosti nacházíme i v mýtu vodáctví, především pokud bychom se soustředili na oblasti jako je přátelství, „správnáctví“ nebo stabilita. Jinakost ve smyslu kvalitativním je tedy jednou z dimenzí mytologie výjimečnosti.

Dimenzí poslední, kromě výjimečnosti v distinkci k rutinám a výjimečnosti kvalitativní, je výjimečnost v utopičnosti, jednoduchosti a nekomplikovanosti, s jakou tento seriál výše zmíněná témata přináší.

„Tak vlastně to byla skutečně taková jako utopie, kdy nazí divoši prostě dva roky na březích Lužnice prostě jako se oddávali svým prostě hrám, jo. A, a mě to prostě připadá úžasný, a naprosto, a naprosto cenný, jo“ (Petr, příloha II.: str. 4).

Utopii Petr uvádí ve spojení s použitím nadsázky, která ovšem vyjadřuje směřování k pudovému podvědomí, které je s vodáctvím spjato. Tato utopie, kterou nelze než provázat s uvedeným vodáckým mýtem ve smyslu spojení přírody, přátelství a stability, je díky všem známým aspektům oproti jiným druhům utopie schopná téměř jistě získat důvěru diváka. Je to dáno jak typem a kvalitou předlohy, tak právě samotným mýtem vodáctví, který v sobě zahrnuje konotace na hodnoty, všeobecně sdílené v západních společnostech. K tomu ještě přidejme fakt, který už byl zmíněn, že vodáctví je důvěrným tématem i z toho důvodu, že se jedná o středoevropskou tradici, která navozuje atmosféru domácí, dostupné romantiky a atmosféru nostalgie, kterou jsme zmínili výše v kapitole 4.2.2.

Mytologie výjimečnosti vystupuje z promluv. Odráží se od předlohy a rutiny a pomocí mýtů o ideálním vodáctví, utopii, přátelství a Kenym, který je bezpečným průvodcem seriálovým dějem, odsouvá ostatní, podobné televizní produkty, stranou. To vše se děje samozřejmě ve snaze vtáhnout diváka do děje.

4.2.5 Divák jako poslední instance

K divákovi se vztahuje velká část očekávání, které je spojeno s postavou Kenyho, a tedy jeho prostřednictvím s celým mýtem vodáctví. Jak už obrázek č. 1 naznačoval a jak už bylo řečeno, divák je kategorií, která se nachází nad celým procesem tvorby mediálního produktu, ať už explicitně, nebo implicitně. O implicitní přítomnosti publik hovoří také také John Tulloch, který zkoumá přítomnost publika

v rámci výroby soap opery a dělí dále tuto přítomnost podle toho, zda je zaměřena kvantitativně (na sledovanost), nebo kvalitativně (Tulloch, 1999: str. 176).

Mnoho kritérií, která jsou spojována s výstavbou mýtu vodáctví, se vždy v poslední instanci vztahuje k divákovi, který je arbitrem funkčnosti vystavěných mýtů. Herec Václav se v tomto směru vyjadřuje poměrně ostýchavě:

„...tak vždycky je, že jo, příjemný, pro herce anebo asi i vůbec pro ty tvůrce, když ta představa třeba vo tý postavě se pak nějak potká s tou představou toho diváka“ (Václav, příloha I.: str. 12).

Petr z pozice režiséra už se k divákovi vztahuje nejen přímočařeji, ale v průběhu celého rozhovoru také častěji. Jedná se o očekávání, zahrnuté v otázce, jak bude asi publikum vnímat tento seriál právě v kontrastu s ostatními televizními produkty. Petr také ale zmiňuje to, jak se jednotlivé tvůrčí profese, které připravují mediální produkt, vyrovnávají s představou, kterou o profesích tvůrců má publikum (Petr, příloha II.: str. 6.). Zároveň se obrací k publiku jako k co nejširšímu, bez omezení, když hovoří o tom, že při výrobě tohoto seriálu ho zamýšlí „pro všechny“ (Petr, příloha II.: str. 11). V tomto ohledu je dramaturg Martin přesnější, protože jako diváka seriálu vidí rodinu, a připouští, že pro mladší publikum nebude látka tak atraktivní. Velkou roli pak hraje fakt, že poměrně velkou skupinu očekávaných diváků seriálu tvoří čtenáři knižní předlohy, potenciální diváci, kteří jsou v rozhovorech zařazeni do skupiny „vodáci“. Pro ně znamená zhlédnutí seriálu konfrontaci jak s přečtenou knihou, tak s vlastními zážitky. V procesu vztažení k divákovi jde Martin tak daleko, že vyjadřuje přání, aby seriál diváky inspiroval k tomu, aby vyjeli na vodu (Martin, příloha III.: str. 17). O konfrontaci s divákem „vodákem“ hovoří i Miroslav:

„...ta knížka vyšla asi ve stotisících nákladech, jo. Dá se předpokládat, že všichni budou chtít tu svoji představu konfrontovat. Tam může nastat velkej problém, že ti skalní vodáci, ti skalní budou prostě si říkat: 'takhle to není, dyť se tam málo chlastá, jo, prostě, není to, když jedete vodu, jako skutečně jedete vodu, ne když se to natáčí, tak to jsou, to jsou zpit'áří'...“ (Miroslav, příloha V.: str. 12).

Ve srovnávání s diváckou zkušeností je vlastně ukryt požadavek, který jsem nastínila v analýzách týkajících se postavy Kenyho. Jedná se o požadavek reálnosti, který je propojen s potřebou vytváření důvěrného vztahu s postavou. Požadavek reálnosti je velice silně přítomen v hodnocení u diváků soap oper, kdy to, co je „realistické“, je často hodnoceno jako dobré, a „nerealistické“ naopak jako špatné (Ang, 1985: str. 34-36). Tomuto přístupu je nejbližší postoj, který zaujímá Václav z pozice herecké profese. Hovoří o herecké práci, kdy je herec v situaci, že „musí si to prostě nějak třeba zmotivovat, nebo cokoliv, jako aby to působilo prostě nějak přirozeně“ (Václav, příloha I.: str. 3). Slovo přirozenost je pro herecké snažení při natáčení dost typické. Ze zkušenosti vím, že během natáčení existovaly momenty, ve kterých se herci jednoznačně upínali k požadavku na přirozenost a realističnost, zatímco režisér nebo situace vepsaná scénáři vyžadovala přístup, který se od pojetí přirozenosti toho či onoho konkrétního herce lišil. V těch chvílích opět nastoupilo vyjednávání, ve kterém opět sehrával významnější úlohu divák, který byl nepřítomným arbitrem vyvstalých diskusí. Sami informanti svůj postoj k realističnosti vyjadřovali v rozhovorech a dramaturg Martin se k němu stavěl z profesního hlediska:

„...ono to je stylizace. Jo, prostě nemůžeš to vzít úplně jakoby, jako samozřejmě, točili jsme reál, a chtěli jsme, aby to jako vypadalo pokud možno co nejvíce v sepjetí s tou přírodou a tak, ale celý ten seriál jako je jemně posunutý do určité nadsázky“ (Martin, příloha III.: str. 9).

Postoj herců v debatách o přirozenosti a realističnosti s implicitně přítomným odvoláváním se na diváka naráží na problém, který Martin cítí a vyjadřuje v uvedeném úryvku z rozhovoru, a který Ang rozebírá podrobněji ve studiích publika soap opery *Dallas*. Jak vyplývá z jejího výzkumu, požadavek realističnosti, který artikulují diváci, se od empirické koncepcí realismu liší. Při produkci mediálních obsahů dochází k vytváření jakési „realistické iluze“, která je dána formální strukturou textu. Tato iluze je také zdrojem slasti, právě ve svém vztahu se schopností akceptovat a předvídat obsah. (Ang, 1985: str. 28). Milly Buonanno v rozlišení fiktivních a „reálných“ narácí

zdůrazňuje rozdíl mezi „pravdou a přijatelností, mezi reálným a možným“⁴⁵ (Buonanno, 2008: str. 73). Oblast narativní seriálové tvorby je doménou právě toho, co je možné a přijatelné. Narativní struktura existuje v rámci svého vlastního řádu, který dává divákovi možnost předpokládat vývoj a tedy sledovat vnitřní strukturu příběhu. Buonanno uvádí jako příklad důvěryhodnost *Vojny a míru*, která nesouvisí s historickými fakty, ale právě s vysokým stupněm přijatelnosti vzhledem k vlastnímu vnitřnímu řádu (ibidem: str. 74). Narušení vnitřní struktury příběhu nebo jeho nekonzistence vyvolává v divákovi pochybnosti o důvěryhodnosti mediálního produktu jako celku.

K realismu se také vyjadřuje Roland Barthes, který realismus a mýtus nestaví do protichůdných pozic, naopak „realistickou“ literaturu posuzuje jako velmi často mytickou, i přes připuštění faktu, že existuje jistá odpovědnost formy vůči skutečnosti (Barthes, 2004: str. 135). V souladu s oběma autory je u seriálu formální struktura textu úzce spjata s žánrem, tedy s jeho narativní a seriálovou strukturou. To, co činí realistickou iluzi slastnou, je tedy žánr, forma mediálního produktu. V tomto ohledu je seriál *Proč bychom se netopili* nejasně vymezen a i vzhledem k poměrně jednoznačně sdílené mytologii výjimečnosti může být publikem přijímán rozporuplně.

Přístup diváka k mediálnímu produktu je tedy reflektován jeho tvůrci podle dostupných indicií, daných zkušenostmi, osobními preferencemi, i zkušenostmi předchůdců. To, jak diváci reagují, se často stává součástí uvažování tvůrců, a bývá zahrnuto v ideologii, která výrobu mediálního produktu provází, jak ukazuje Ien Ang na příkladu ideologie masové kultury (Ang, 1985: str. 115). Toto zahrnutí je artikulováno i v pochybách, které vyjadřuje Petr, když si klade otázku po zájmu ze strany diváka:

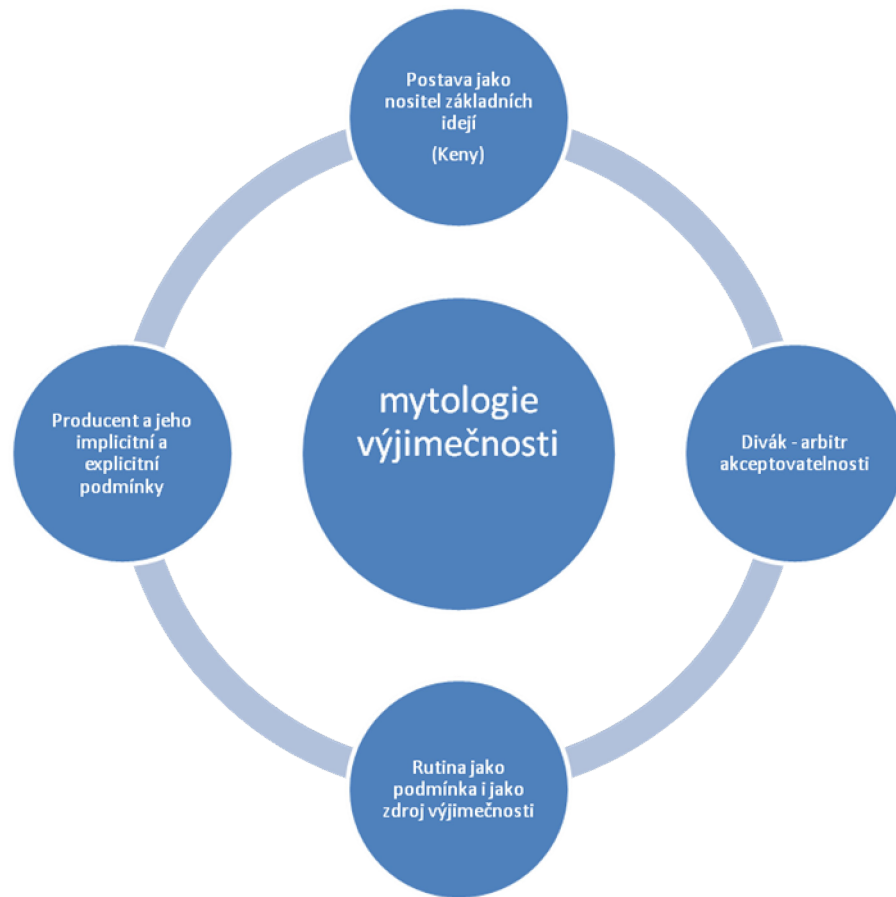
*„...jestli jako to, že je to jiný, tak to člověk už ví, že to neznamena, že to bude někoho zajímat, jo. Což je, naopak, **naopak**, je to velká hrozba, jo, pro tu věc, že to je jiný. Ale já chci věřit tomu, že právě to, že je to **jiný**, třeba ty lidi zaujme, jo“* (Petr, příloha II.: str. 4-5; tučně M. Š., značí důraz v hovoru).

⁴⁵ V originále: „...the true and the plausible, the real and the possible“.

Mytologie výjimečnosti je i v tomto úryvku rozhovoru podána přesvědčivě a dokonce je stvrzena právě faktem, že není jisté, jak tuto jinakost divák přijme. To, že její kladné přijetí není automaticky předpokládáno, znamená potvrzení existence této výjimečnosti jakoby „stůj co stůj“. Zároveň je ale divák reflektován ve všech mýtech, které mytologii výjimečnosti vyplňují, což dává tvůrcům pocit jistoty, se kterou se na diváka mohou obracet.

4.3 Závěry vyplývající z analýz

Připomeňme oblasti výroby, které pro proces vytváření mediálního produktu definovala Elena Levine jako určující. Jedná se o produkční omezení, produkční prostředí, produkční rutiny a praktiky, produkci postav a příběhu a roli publika při produkci (Levine, 2001: str. 135). Pokud srovnáme toto rozdělení s hlavními oblastmi, které vyplývají z analýz, musíme nutně toto rozdělení upravit a předefinovat. Produkční omezení, prostředí a rutiny a praktiky jsou rozděleny do kategorie rutiny, která absorbuje také kategorii náhody, a do podmínek daných producentem. Produkce postav a příběhu zůstává jedním ze samostatných vlivů, pokud přijmeme mýtus postavy jako propojení s mýtem daným obsahem (v našem případě ideálního vodáctví), a stejně tak zůstává i pozice diváka při vyjednávání o obsahu.



Obrázek 2

Mytologie výjimečnosti, kterou informanti vystavěli na mýtech, které jsem v analýzách uvedla, se týká konkrétně tohoto mediálního produktu, tedy seriálu *Proč bychom se netopili*. Ostatní kategorie by však mohly mít širší platnost, neboť s jejich zastoupením je pravděpodobně nutno počítat při produkci jakéhokoli narativního mediálního obsahu. Při důsledném provázání všech vytvořených kategorií dochází k tomu, co bylo již na začátku analýz naznačeno. Mytologie výjimečnosti totiž nestojí jako protipól proti oblasti rutiny, ale velmi významně z ní čerpá svou důvěryhodnost. Stejně tak tato oblast, byť v našem výzkumu vyčnívá právě vzhledem ke své roli v konstrukci mytologie rutiny, je provázána s dalšími třemi oblastmi, které mohou mytologie produkovat. Jsou to producent, divák a postava jako narativní prvek neoddelitelný od hlavních idejí mediálního obsahu.

Formování postavy Kenyho v promluvách informantů značí formování mytologie, kterou se zpovídání utvrzují o smysluplnosti práce na vytváření televizního

seriálu. Každý z informantů by mohl být víceméně přiřazen k jedné z oblastí, které jsme uvedli v obrázku č. 1. Je to dáno tím, k jaké oblasti se nejvíce vztahuje jejich profese nebo případně jakou oblast v rámci svého přístupu ke své profesi nejvíce akcentují. Kromě toho je mytologie výjimečnosti, projektovaná do postavy Kenyho jakožto nositele základních hodnot vodáctví, jistě formována ideologií, v rámci které vzniká, z hlediska mocenských vztahů (White, 1992: str. 167-168). Přes veškeré ujišťování o výjimečnosti je produkt vyráběn v kontextu produkce České televize, a jako takový zůstává odlišný, výjimečný, pouze v jejích ideologických limitech (přes výše deklarovanou relativní ekonomickou volnost a ochotu vyjednávat). Pozice, kterou zaujala Hana během rozhovoru, to jen potvrzuje a je také nutno připomenout, že dramaturg Martin, jenž stál u zrodu celé realizace, je zaměstnancem České televize. Martin navíc upozornil, že předloha Zdeňka Šmída naplnila jeho očekávání:

„...a to jsme byli i s Alešem jako za jedno, v tomhleto, že chceme prostě něco výlučného, v jiném prostředí, něco, co divák ještě jako neviděl, čeho se neměl šanci dotknout, jo. (...) To přišlo tak nějak tak jako vhodně, a tím, že ten Zdeněk na to kývnul, že by do toho šel, tak jako jsme ani nehledali už potom nic jiného, no.
(Martin, příloha III.: str. 2-3).

Požadavek odlišnosti, jinakosti tedy dokonce existoval jako prvotní motiv, který byl naplněn nalezením knižní předlohy a souhlasem jejího autora s přetavením v televizní seriál. Pokud se mytologie výjimečnosti objevuje již u zrodu celého tvůrčího procesu, jedná se o hlubší motivy, které pramení jak z ideologie dané Českou televizí, tak z ideologického zázemí jednotlivých tvůrců, zvláště pokud vyjadřují identifikaci s obsahem, který vytvářejí. Ideologické zázemí, které je tvořeno zázemím České televize, tvoří rámec, za který nikdo z tvůrců ve svých úvahách nezachází. Ideologické působení v propojení s althusserovským, případně foucaultovským pojetím ideologie je zde pouze načrtnuto, v promluvách především produkční Hany je však mocenský aspekt ideologického působení zjevný. Projevuje se pak ve všech zmíněných kategoriích jako pozadí, na kterém je vytvořena konkrétní produkční ideologie seriálu *Proč bychom se netopili*, jak jsme ji pomocí mytologie výjimečnosti z promluv informantů rekonstruovali.

Touhu po jinakosti a odlišení lze chápat jako posun od touhy po stejném. Jedná se ale o jinakost opřenu o důvěrně známé, tedy kombinace jiného s „ideální“ - důvěrně známou předlohou. Lze tedy čerpat z vlivů, které popisuje Glen Creeber jako snahu o odlišení od pojetí televizních seriálů pouze a jen jako komodit na mezinárodním trhu (Creeber, 2004: str. 46). Přesto se jedná o pojetí odlišnosti pouze částečně podobné tomu, jaké popisuje Creeber. Ten uvádí jako příklad seriál Davida Lynche *Twin Peaks*, který se stal postmoderní ikonou a reflektoval při tom všechny minulé seriálové postupy. *Twin Peaks* je seriálem, který představuje zástupce surrealismu a postmodernity na obrazovce především ve své formě. Jeho odlišení tedy spočívá v propojení práce s formou, čímž znemožňuje zaměnění za jiný seriál, vyráběný analogicky (tedy stopáží, počtem epizod, umístěním ve vysílacím čase apod.). V tomto smyslu se jedná o odlišení promyšleně akcentované formou a ohraničené postmodernistickými principy.

Touha po posunu od stejného v televizním vysílání je reakcí na období snahy naplňovat kopie zájmu preference jistot, které s sebou tyto kopie nesou. V minulosti tento vývoj prodělal několik fází, jak popisuje Richard Dyer:

„Zábava se klasicky dělila mezi glamour (tělesné půvaby), utopii, exotiku, nevšednost, výjimečnost, představu jiných světů nebo forem bytí. Nicméně v průběhu dvacátého století narůstal zájem o potěšení pramenící z obyčejných lidí, z reality, kterou žijí sami diváci. (...) Jedním ze znaků tohoto vývoje je zaměření na soap opery v televizní produkci, přesně ve smyslu všedního, každodenního života, ve svém nekonečném pokračování, byť s určitým stupněm fantastifikace (Dallas a Dynastie), a něčeho jako je realismus (Coronation Street, Eastenders a Brookside)⁴⁶“ (Dyer, 2002: str. 177-178; překl. a podtržení M. Š.)

⁴⁶ V originále: : „Entertainment classically dealt in glamour, utopia, the exotic, the extraordinary, the exceptional, enjoyment through imagining other worlds or ways of being. However, through the twentieth century, people increasingly wanted to take pleasure in people like themselves, realities like their own. (...) Another index is the centrality of soap to television output, where it is precisely a sense of ordinary, everyday life in its endless ongoingness that is constructed, albeit with varying degrees of fantastification (Dallas and Dynasty) and something like realism (Coronation Street, Eastenders and Brookside)“.

Odlišení od současné „běžné“ produkce zábavy, jak ji pojmají informanti, představuje jakousi snahu o přesun zájmu od toho, co je vyráběno ve stejných kopiích a zaměřeno na realitu, a o návrat k původnímu pojetí zábavy. Mytologie jedinečnosti, podepřená důvěrně známým tématem, není zacílená na určitou, specificky definovanou skupinu diváků. Tento koncept se vrací jak svou předlohou (čerpá z knihy, která byla napsána na konci sedmdesátých let dvacátého století), tak hlavním tématem (utopické přátelství). Kombinuje tedy návrat ke klasickým zaujetím odlišností s „jistotou“ diváckého zájmu v podobě témat, která nejsou překvapivá, ba naopak je u velké části divácké obce pravděpodobné, že budou znovu a znovu akceptována a přijímána. Kniha Zdeňka Šmída *Proč bychom se netopili* i její další pokračování byly ve své době bestsellery.

Utopické přátelství je tématem, které konotuje skutečně vážné, hlubší hodnoty. Přátelstvím se zabývá lidstvo již od své nejstarší historie a přátelské vztahy byly tématy velkého množství literárních i jiných uměleckých děl. Díla reflektující přátelství se často stávají uznávanými právě pro toto téma, které se dotýká samé podstaty lidského bytí v jeho sociálním rozměru. Již Aristoteles se zabývá potřebou přátelství v dobrém životě a nahlíží na něj jako na nezbytné a vznešené, přičemž prvek nezbytnosti podtrhuje. Nezbytné je přátelství především vzhledem k individuálním potřebám každého člověka, které provázejí vznik přátelství spíše než dobrovolnost a nezištná obět' (Pangle, 2003: str. 16). Přátelství v tomto směru, především právě svou konotací se vznešeností, koresponduje s vyvoláváním slasti prostřednictvím mediálních produktů. Jak zdůrazňuje Ang, slast nikdy není přirozená a automatická, „jakákoli její forma je konstruována a působí ve specifickém společenském a historickém kontextu“⁴⁷ (Ang, 1985: str. 19). Slast spojená se zobrazováním a pohledem na vznešené je v tomto smyslu součástí evropské kultury. V každém případě, jak Ang dále uvádí, populární slast pramení především z rozpoznání. Čím více se ovšem slast podobá něčemu, co díky historickému kontextu co nejvíce *vypadá* jako přirozené, tím větší je naděje na co nejširší sdílení této slasti. Tak je také, podobně ne-přirozeně a historicky, tvořen mýtus

⁴⁷ V originále: „Any form of pleasure is constructed and functions in a specific social and historical context“.

(Barthes, 2004: str. 128). Mýtus přátelství, navíc ve spojení s přírodou a mládím, v tomto smyslu funguje jako zdroj slasti téměř jistý⁴⁸.

Mytologie výjimečnosti tedy kombinuje odlišení tematické, ovšem v bezpečných mezích, návratem k jistému v podobě ideologicky nekonfliktních hodnot. Formální odlišení se z výpovědi jeví jako problematické. Informanti se neshodují v zařazení v rámci žánru, objevuje se velice široká škála uvedených žánrů (humoristický seriál, sitkom, dobrodružný, romantický seriál). Zdá se, jako by ve finální podobě tvůrci seriálu sice měli zajištěny všechny cesty, jak přitáhnout divákovu pozornost, ale nevěděli, co od něj vlastně chtějí: zda, aby ocenil „jinou kvalitu“, nebo aby se nechal ukolébat „realistickým“ a důvěrně známým tématem. Z tohoto důvodu seriál *Proč bychom se netopili* nemůže konkurovat „dokonale“ připraveným soap operám, a zároveň nabízí jinou kvalitu tematicky, ale nikoli už přesně vymezeným žánrem, respektive jeho (jiným) uchopením.

⁴⁸ Jistota při výběru témat jako potenciálních zdrojů slasti je důležitou složkou výroby. Vyžaduje od producentů určitý stupeň sebedůvěry o znalostech „svého“ publika. Příslibem slasti lze přitáhnout pozornost širší škály publika, ale tento příslib je nutno dodržet (Ang, 1985: str. 19).

5 Závěr

Pro analýzy v této práci byly výchozími úvahami myšlenky spojené s výzkumy mediálních produktů v rámci kulturních studií. Jejich počátkem se pro mě stal text Eleny Levine *Toward a Paradigm for Media Production Research* (Levine, 2001), který upozorňuje na to, že procesu výroby mediálních produktů je třeba věnovat vědeckou pozornost stejně tak jako procesu přijímání televizního sdělení. Kromě toho Levine načrtává pět základních oblastí, které jsou v procesu tvorby mediálního produktu přítomny: produkční omezení, produkční prostředí, produkční rutiny a praktiky, produkci postav a příběhu a roli publika při produkci (Levine, 2001: str. 135). Tyto oblasti byly za pomoci dalších teoretických vlivů podrobeny zkoumání na příkladu českého seriálu *Proč bychom se netopili*, s důrazem na tvorbu jedné z hlavních postav, postavu Kenyho.

Proces výroby televizního seriálu jako mediálního produktu je z teoretického hlediska charakterizován především dvěma aspekty, a to aspektem seriality a narativity. V rámci těchto specifík jsou definovány přístupy tvůrců k postavě, ale také k narativní struktuře jako takové, což užitečně dokazuje ve svém výzkumu Ien Ang ve své studii o seriálu *Dallas* (Ang, 1985). Nutno ovšem připomenout, že i studie o *Dallasu* je studií z pohledu recepce divákem.

Koncem dvacátého a začátkem jednadvacátého století se na poli zkoumání ideologie v médiích vyvinul přístup zabývající se také tvorbou mediálního produktu. V něm se spojují poznatky z lingvistiky Ferdinanda de Saussura a následně strukturalismu s pojetím neomarxistickým, ze kterého vychází idea hegemonie Antonia Gramsciho a pojetí ideologie Louise Althussera. Do těchto myšlenkových proudů zapadá se svou novou sémiotikou Roland Barthes, který kombinuje lingvistický a sociální aspekt při analýzách textů a soustřeďuje se na tvorbu mytologií. Ty jsou v rámci vytváření narativních struktur zachytitelným, ale zároveň také vypovídajícím ideologickým projevem televizního průmyslu. Význam výzkumu prováděného v oblasti produkce mediálních sdělení podtrhuje také Stuart Hall svým pojetím vyjednávaného textu, tedy textu, jehož smysl leží mezi významem vkládaným do sdělení tvůrci, a významem tvořeným těmi, kdo text čtou.

Analýzy promluv informantů o výsledném textu tak nejsou zkoumáním primárního textu, ale metajazyka, který odhaluje, jaké mýty tvůrci do seriálu vkládají. V těchto analýzách pomocí kvalitativních rozhovorů s návodem se jeví jako klíčová konstrukce mytologie výjimečného, kterou je divák angažován ke sledování seriálu. Tato mytologie v sobě zahrnuje opření se o rutinní složku natáčení, kterou informanti nejprve vybudují, aby negací či narušením některých jejích částí podepřeli odlišnost „svého“ produktu. Zároveň vychází z podmínek, které jsou technologického, časového a finančního rázu, a které jsou definovány producentem, v daném případě Českou televizí. Klíčovým mýtem, na kterém mytologie odlišnosti stojí, je téma ideálního vodáctví, které je koncentrováno do jedné z hlavních postav, postavy Kenyho. Tato postava je nositelem hodnot jako jsou přátelství, stabilita nebo slušnost (v podobě „slušňáctví“). Elementem, který má podle informantů zásadní vliv na podobu výsledného produktu, je divák, který je v promluvách explicitně nebo implicitně přítomen vyjednávání významu.

Mytologie výjimečného je konstrukt, který na základě ideologických podmínek České televize a ideologického zázemí jednotlivých informantů vystupuje z promluv o seriálu *Proč bychom se netopili*. Tato mytologie nabádá diváka, aby se nechal vytrhnout z běžného koloběhu mediálních produktů výjimečným televizním seriálem. Zda pouze nabádá, nebo v textu televizního seriálu vytržení skutečně nabízí, je již otázkou určenou publiku.

Resumé

The analysis in this thesis is based on ideas related to media research developed by cultural studies. The main source of inspiration is Elena Levine's essay *Toward a Paradigm for Media Production Research* (Levine, 2001). Levine distinguishes five production categories: production constraints, the production environment, production routines and practices, the production of characters and stories and the role of the audience in production. The analysis carried out in the present thesis compares these categories with the production process of the Czech television serial *Proč bychom se netopili* with an emphasis on the production of one of the main characters, Keny.

The theoretical background for the present research is constituted by structuralism influenced by the linguistics of Ferdinand de Saussure and also by Louis Althusser's conception of ideology. The main ideas are closely related to Roland Barthes' mythologies which combine both the sociological and structuralist aspects of mediating meaning. Mythologies are apprehensible and predicative manifestations of production ideology. The thesis also takes into account other important aspects which make television serials specific, such as seriality and narrativity.

The analyses are meta-text analyses, not primary text analyses. Thanks to the qualitative nature of the interviews and of their treatment, we may see how the mythology of the exceptional is constructed to attract the viewer's attention. The mythology reflects the routines of the shooting and is influenced by the production conditions provided by Czech Television as a producer. The crucial myth to support the mythology is the myth of the ideal „waterman“ embodied in the main character, Keny. The ultimate category within the mythology is the viewer. The mythology of the exceptional tries to convince the viewer that the television serial he is to watch provides a „different“ experience.

Použitá literatura

- ALASUUTARI, Pertti, eds. *Rethinking the Media Audience. The New Agenda*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage, 1999. ISBN 0-7619-5070-2.
- ALLEN, Robert C. eds. *To be continued....* London: Routledge, 1995. ISBN 0-415-11007-6.
- ALLEN, Robert C. *Speaking of soap operas*. Chapel Hill: University of North Carolina Press, 1985. ISBN 0-8078-4129-3.
- ANG, Ien. *Watching Dallas*. Methuen, London 1985. ISBN 0-415-04598-3.
- BARKER, Chris. *Cultural Studies: Theory and Practice*. Vydání 3. London, Thousand Oaks, New Delhi, Singapore: SAGE Publications, 2008. ISBN 978-1-4129-2415-3.
- BARTHES, Roland. *Essais critiques*. Paris: Éditions du Seuil, 1964. ISBN 978-2-02-005809-4.
- BARTHES, Roland. *Le Plaisir du texte*. Paris: Éditions du Seuil, 1973.
- BARTHES, Roland. *Mytologie*. Praha: Dokořán, 2004. ISBN 80-86569-73-X.
- BARTHES, Roland. *S/Z*. Vydání 1. Praha: Garamond, 2007. ISBN 978-80-86955-73-5.
- BERGER, Arthur Asa. *Narratives in Popular Culture, Media and Everyday Life*. Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage Publications, 1997. ISBN 0-7619-0345-3.
- BUONNANO, Milly. *The Age of television: Experiences and theories*. Bristol: Intellect, 2008. ISBN 978-1-84150-181-9.
- BUTLER, Jeremy G. „*I'm not a doctor, but I play one on TV*“. *Characters, actors and acting in television soap opera*. In ALLEN, Robert C. eds. *To be continued....* London: Routledge, 1995. ISBN 0-415-11007-6.
- BUTLER, Jeremy G. *Television. Critical methods and applications*. London: Lawrence Erlbaum Associates, 2007. ISBN 0-8058-5415-0.
- CANTOR, Muriel G. *The Politics of popular drama*. Communication research, Vol. 6 No 4., 387 – 406, SAGE, 1979.
- CARDWELL, Sarah. *Is Quality Television Any Good? Generic Distinctions, Evaluations and the Troubling Matter of Critical Judgement*. In McCABE, J.; AKASS, K. eds. *Quality TV. Contemporary American television and beyond*. London: I.B.Taurius&Co, 2007. ISBN (HB) 978 1 84511 510 4.

- CREEBER, Glen. *Serial television. Big Drama on the Small Screen*. London: BFI, 2004. ISBN 1-84457-021-5.
- ČERMÁK, I., LINDÉNOVÁ, J. *Povolání: Herec. Kritické momenty v pracovním životě herců*. Brno: Větrné mlýny, 2000. ISBN 80-86151-42-5.
- ČERNÝ, J., HOLEŠ, J. *Sémiotika*. Vydání 1. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-832-5.
- ČINÁTLOVI, Blanka a Kamil. *Zeman – rudý gentleman*. In Bílek, Petr. A. eds. *James Bond a Major Zeman. Ideologizující vzorce vyprávění*. Pistorius & Olšanská, Paseka: Příbram, Litomyšl, 2007. ISBN 978-80-87053-06-5.
- CHANDLER, Daniel. *Semiotics: The Basics*. Oxon, New York: Routledge, 2002. ISBN 0-415-26593-2 (hbk).
- DANESI, Marcel. *Understanding Media Semiotics*. London, New York: Arnold Publishers, 2002. ISBN 0 340 808837 (hb).
- DISMAN, Miroslav. *Jak se vyrábí sociologická znalost*. Vydání 3. Praha: Karolinum, 2002. ISBN 80-246-0139-7.
- DUNNE, Peter. *Inside American Television Drama. Quality is Not What is Produced, But What it Produces*. In McCABE, J.; AKASS, K. eds. *Quality TV. Contemporary American television and beyond*. London: I.B.Taurius&Co, 2007. ISBN (HB) 978 1 84511 510 4.
- DYER, Richard. *Only entertainment*. Second edition. London, New York: Routledge, 2002. ISBN 0-415-25497-3 (pbk).
- ECO, Umberto. *Skeptikové a těšitelé*. Praha: Argo, 2006. ISBN 80-7203-706-4.
- ELLIS, John. *Visible fictions: cinema, television, video*. Edition 2, Routledge, 1992. ISBN 0415075130. Dostupný z [www](http://books.google.com/books?id=M2Y9AAAAIAAJ&printsec=frontcover&dq=Ellis+narrative+image&hl=cs&source=gbs_summary_r&cad=0) http://books.google.com/books?id=M2Y9AAAAIAAJ&printsec=frontcover&dq=Ellis+narrative+image&hl=cs&source=gbs_summary_r&cad=0
- FISKE, John. *Introduction to communication studies*. Vydání 2. London: Routledge, 2002. ISBN 0-415-04672-6.
- FISKE, J., HARTLEY, J. *Reading Television*. London: Routledge, 2003. ISBN 0-415-32353-3.
- FOUCAULT, Michel. *Archeologie vědění*. Praha: Herrman & synové, 2002. ISBN 80-239-0124-9 (v knize neuvedeno).
- FOUCAULT, Michel. *Diskurs, autor, genealogie. Tři studie*. Vydání 1. Praha: Svoboda, 1994. ISBN 80-205-0406-0.

- GITLIN, Todd. *Inside prime time*. University of California Press, 2000. ISBN 0520217853. Dostupný z [www](http://books.google.com/books?id=q78HKYww6UgC&printsec=frontcover&dq=Gitlin&hl=cs#PPA24,M2)
<http://books.google.com/books?id=q78HKYww6UgC&printsec=frontcover&dq=Gitlin&hl=cs#PPA24,M2>
- GRAY, Ann. *Research practice for Cultural studies*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage, 2003. ISBN 0 7619 5174 1.
- HAGEDORN, Roger. *Doubtless to be continued. A brief history of serial narrative*. In ALLEN, Robert C. eds. *To be continued....* London: Routledge, 1995. ISBN 0-415-11007-6.
- HALL, Stuart. *Encoding/Decoding*. In HALL, S.; HOBSON, D.; LOWE, A.; WILLIS, P. eds. *Culture, Media, Language*. Vydání 4. London: Routledge, 2004. ISBN 0415-07906-3.
- HALL, Stuart. *The problem of ideology: Marxism without guarantees*. In Morley, D.; Chen, K-H. eds. *Stuart Hall. Critical dialogues in cultural studies*. New York: Routledge, 1996. ISBN 0-415-08803-8 (hbk).
- HENDL, Jan. *Úvod do kvalitativního výzkumu*. Praha: Karolinum, 1999. ISBN 80-246-0030-7.
- HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: Základní metody a aplikace*. Praha: Portál, 2005. ISBN 80-7367-040-2.
- HOBSON, Dorothy. *Soap Opera*. Oxford: Polity Press, Blackwell Publishing, 2003. ISBN 0-7456-2654-8 (h/b).
- JOHNSON, Richard. What is cultural studies anyway? *Social text*. 1986-1987, Winter, no. 16, s.38-80.
- LEVINE, Elena. *Toward a Paradigm for Media Production Research: Behind the Scenes at "General Hospital"*. *Critical Studies in Media Communication*, Vol. 18, No 1., 66-82,2001.
- LINDLOF, T.R., TAYLOR, B.C.: *Qualitative Communication Research Methods*. Sage Publications, Thousand Oaks 2002. ISBN 0-7619-2494-9.
- McCABE, J.; AKASS, K. eds. *Quality TV. Contemporary American television and beyond*. London: I.B.Taurius&Co, 2007. ISBN (HB) 978 1 84511 510 4.
- McROBBIE, Angela. *Aktuální témata kulturních studií*. Vydání 1. Praha: Portál, 2006. ISBN 80-7367-156-5.
- MODLESKI, Tania. *Loving with a Vengeance. Mass-produced Fantasies for Women*. New York, London: Routledge, 1990. ISBN 0-415-90136-7.

- PANGLE, Lorraine Smith. *Aristotle and the philosophy of friendship*. Cambridge University Press, 2003. ISBN 0521817455. Dostupný z [www http://books.google.com/books?id=E11xHYDYVsQC&printsec=frontcover&dq=aristotle+friendship&hl=cs#PPP1,M1](http://books.google.com/books?id=E11xHYDYVsQC&printsec=frontcover&dq=aristotle+friendship&hl=cs#PPP1,M1)
- de SAUSSURE, Ferdinand. *Kurs obecné lingvistiky*. Vydání 2. Praha: Academia, 1996. ISBN 80-200-0560-9.
- STRAUSS, A.; CORBINOVÁ, J. *Základy kvalitativního výzkumu. Postupy a techniky metody zakotvené teorie*. Boskovice: Albert, 1999. ISBN 80-85834-60-X.
- SILVERMAN, D. *Ako robiť kvalitatívny výskum*. Bratislava: Ikar, 2005. ISBN 80-551-0904-4.
- SILVERMAN, D. *Interpreting Qualitative Data; Methods for Analysing Talk, Text and Interaction*. Second edition. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage, 2001. ISBN 0 7619 6864 4.
- ŠMÍD, Zdeněk. *Proč bychom se netopili aneb Vodácký průvodce pro Ofélii*. 4. vydání. Praha: Olympia, 2005. ISBN 80-7033-929-2.
- TULLOCH, John. *The implied audience in soap opera production. Everyday rhetorical strategies among television professionals*. In Alasuutari, Pertti, eds. *Rethinking the Media Audience. The New Agenda*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage, 1999. ISBN 0-7619-5070-2.
- WHITE, Mimi. *Ideological analysis and television*. In Allen, R. C. eds. *Channels of discourse, reasssembled*. Vydání 2. London: Routledge, 1992. ISBN 0-415-08059-2.
- WILLIAMS, Raymond. *Television. Technology and cultural form*. 1. vydání. London: Routledge Classics, 2003. ISBN 0-415-31456-9.

Seznam příloh

Příloha č. I.: Přepis rozhovoru – Václav – herec

Příloha č. II.: Přepis rozhovoru – Petr – režisér

Příloha č. III. Přepis rozhovoru – Martin – dramaturg

Příloha č. IV. Přepis rozhovoru – Hana – produkční

Příloha č. V. Přepis rozhovoru – Miroslav – scénárista

Příloha č. VI. Příprava interview – otázky

Příloha č. VII. Záznamový arch pozorování