

Univerzita Karlova v Praze

Fakulta sociálních věd

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

Generování významu populárního textu na příkladu českého televizního
seriálu *Místo nahoře*

Diplomová práce

Autor: Michaela Fričová

Vedoucí práce: PhDr. Irena Reifová, PhD.

Prohlašuji, že jsem tuto práci vypracovala zcela samostatně za použití všech uvedených pramenů.

Diplomová práce má 213 040 znaků (včetně mezer) bez poznámkového aparátu a bez příloh.

V Praze, 16. ledna 2006

Podpis:



Ráda bych poděkovala své konzultantce PhDr. Ireně Reifové, PhD. za spolupráci na této diplomové práci, za její maximální vstřícnost a velkou trpělivost, také za cenné rady a připomínky.

Zároveň bych chtěla poděkovat i Karlu Smyckovi a Marku Dobešovi za rozhovory, které jsou součástí této práce.

Obsah:

	Teze diplomové práce	
1.	Úvod	1
2.	Populární kultura	5
2.1.	Kulturální studia	5
2.2.	Na počátku byl znak	7
2.3.	Ideologie	8
2.3.1.	Althusser a <i>ideologický státní aparát</i>	9
2.3.2.	Subjektivita a interpelace	10
2.3.3.	Screen Theory a textuální determinismus	11
2.4.	Gramsci a hegemonie	13
2.5.	Diskurz	17
2.6.	Koncept slasti	18
3.	Vývoj kulturních a mediálních výzkumů – v hlavní roli publikum	21
3.1.	Kvantitativní vs. kvalitativní výzkumy	21
3.2.	Recepční model	23
3.3.	Etnografie publika	28
3.4.	Konstrukcionistický/diskursivní přístup	33
3.4.1.	Morální rozměr sledování televize	34
4.	Praktická část	38
4.1.	Hegemonický proces v televizním diskurzu	39
4.2.	Populární texty v každodennosti aneb Je pondělí – čas na oblíbený seriál	41
4.3.	Seriál jako žánr	46
4.3.1.	<i>Místo nahoře</i> – charakteristika dat	48
4.3.2.	Usazování čtenáře aneb Vypočítavost Andrey a samolibost Doskočila	48
4.3.3.	Narativní kódy, veřejná tajemství aneb Odhalí Lukeš závislost své ženy na lécích?	53
4.3.4.	Realismus a uzavírání textu aneb Tak už to v televizi a v životě bývá...	56
4.3.5.	Otevírání textu aneb „Proč nás ten scénárista tak hloupě napsal?“	58
4.3.6.	Realismus vs. strukturalismus při čtení postav aneb Lukeš jako soused odvedle vs. Lukeš jako ztělesnění hodnot kapitalistického systému	60
4.3.7.	Identifikace a implikace čtenářů – maskulinita v seriálu <i>Místo nahoře</i>	64
4.3.8.	Vizuální vs. textuální slast	67

4.4.	Představa publika v myslích tvůrců populárního produktu	69
4.4.1.	Intertextualita aneb dohoda žánru platí na obou stranách	72
4.5.	Sekundární texty – <i>Místo nahoře</i> v novinách a časopisech	73
4.6.	„Seidlová a ty její kvichy mě vytáčí.“ aneb významy vytvářené diváky	79
5.	Závěr	86
	Summary	89
	Bibliografie	90
	Přílohy	94

14. 9. 2004 / Michaela Fričová

Teze diplomové práce

Univerzita Karlova v Praze	
Fakulta sociálních věd	
Došlo dne:	11 -06- 2004
Č. j. 6367	Priloh:
Přiděleno: MK	Skartační heslo:

Jméno: Michaela Fričová

SCHVÁLENO

Semestr: 2.

Studijní obor: Mediální studia, pokračující

Pracovní název diplomové práce:

Generování významu populárního textu na příkladu českého televizního seriálu Místo nahoře

Základní charakteristika diplomové práce:

Televizní seriály jsou produktem populární kultury, která podle předních teoretiků kulturálních studií slouží zájmům dominantní ideologie ve společnosti. Jednou z hlavních otázek a cílů práce bude postihnout, jak populární text vytváří významy, které slouží dominantní ideologii ve společnosti a jak jsou předávány sociálním skupinám, které tvoří publikum.

Teoretickou základnou a inspirací budou rozsáhlé práce zahraničních autorů, jejichž poznatky budou aplikovány na český televizní produkt - konkrétně novodobý seriál Místo nahoře. Jedná se o seriál zobrazující komunitu lidí, kteří žijí v nově vystaveném tzv. satelitním městečku. To je v současnosti v české společnosti považováno za známku bohatství a úspěchu. Jednotlivé epizody podhalují rozpory mezi obecnou představou a skutečností. Seriál tak nabízí zajímavý prostor pro analýzu vytváření významu sdělení jak jeho tvůrci, tak příjemci.

Výchozím bodem bude práce Johna Fiskeho Television Culture, v níž tvrdí, že sdělení se stává textem až při setkání se čtenářem; až samotný čtenář mu dává význam. Podle Fiskeho je čtenář vybaven schopností vnášet do procesu vytváření významu další textuální zkušenosti a prožitky, které neodpovídají zcela dominantní ideologii (souvisí se sociální pozicí čtenáře). Čtenář sdělení vztahuje na svou osobu, což mu pomáhá porozumět sociálním vazbám a jeho vlastní pozici ve společnosti.

Snahou práce bude postihnout celý proces vytváření významu konkrétního sdělení (seriálu Místo nahoře). Pozornost bude zaměřena na analýzu všech tří aspektů, které se na utváření významu podílejí: samotné sdělení (rozbor celého seriálu s důrazem na významotvorné části), sekundární texty (kritiky a recenze) a terciární texty (reakce a názory příjemců sdělení). Dominantní metodou práce bude pro všechny tři aspekty obsahová analýza (v kombinaci její kvantitativní i kvalitativní verze).

Předpokládaná osnova diplomové práce:

1. Úvod

2. Teoretická a metodologická východiska práce

3. Rozbor sdělení - seriál Místo nahoře

- základní metodologii této části bude obsahová analýza pořadu
- hlavní pozornost bude zaměřena na oblasti:

- zobrazení reality (prostředí, vzhled protagonistů, oblečení, chování, projev, apod.)
- reprezentace (kamera, světlo, hudba, obsazení, zařazení ve vysílání)
- ideologie (individualismus, úspěch, rasa, třída, kapitalismus)

4. Rozbor sekundárních textů - novinářské články, kritiky, recenze, které se v souvislosti s vysíláním pořadu objevily v médiích

- základní otázka: propagují tato sdělení čtení seriálu, které podporuje dominantní ideologii, nebo spíše nabízí čtení, které je s dominantní ideologií v opozici?

5. Rozbor terciárních textů, které jsou produktem příjemců sdělení

- pozornost bude zaměřena zejména na internetové reakce a diskuse - na jejich základě bude vybraný vzorek definován jako jedinci, kteří viděli alespoň jeden díl seriálu Místo nahoře, kteří mají k dispozici internetové připojení a kteří cítí potřebu se diskutovat a zmínkám o daném pořadu vyjádřit

- základní otázka: vnímají čtenáři seriál jako příběh individualit (realistické čtení), nebo je pro ně vtělením společenských principů a hodnot (diskursivní čtení)?

- identifikace s protagonisty (identifikace jako proces, v němž jsou potvrzovány hodnoty dominantní ideologie)

6. Závěr - vyhodnocení analýzy

7. Resumé

Seznam základní literatury:

Allen, R.: Channels of Discourse: Television and Contemporary Criticism

Althusser, L: Ideology and Ideological State Apparatuses

Ang, I.: Watching Dallas

Barthes, R.: The Pleasure of the Text

Bennett, T., Mercer, C., Woollacott, J.: Popular Culture and Social Relation

Bennett, T., Boyd-Bowman, S., Mercer, C., Woollacott, J: Popular Television and Film

Brundson, C., Morley, D.: Everyday Television: Nationwide

Davis, H., Walton, P.: Language, Image, Media

Eco, U.: The Role of the Reader

Fiske, J.: Television Culture

Fiske, J.: Introduction to Communication Studies

Fiske, J.: The Problem of the Popular

Fiske, J.: Television: Polysemy and Popularity in Critical Studies in Mass Communication

Fiske, J., Hartley, J.: Reading Television

Gitlin, T: Prime Time Ideology: the Hegemonic Process in Television Entertainment

Hebdige, D.: Subculture: the Meaning of Style

Hobson, D.: Crossroads: the Drama of a Soap Opera

MacCabe, C.: High Theory/Low Culture

Modleski, T.: Studies in Entertainment: Critical Approaches to Mass Culture

Newcomb, H.: Television: The Critical View

Said, E.: The World, the Text and the Critic

Silverstone, R.: The Message of Television: Myth and Narrative in Contemporary Culture

Tulloch, J., Moran, A.: A Country Practice: "Quality Soap"

Podpis konzultanta: PhDr. Irena Reifová



Podpis studenta:



Datum: 10. 6. 2004

1. Úvod

Rádio, televize, film, reklama a všechny další produkty mediální kultury nám neustále předkládají materiály a sdělení, skrze něž formulujeme svou vlastní identitu a rozumíme světu kolem nás. Prostřednictvím mediálních sdělení a obrazů chápeme vlastní já, ujasňujeme si smysl toho, co znamená být mužem či ženou, příslušníkem určitého národa, rasy nebo etnika, členem společenské třídy. Média a produkty populární kultury nám pomáhají utvářet naše vidění světa a základní hodnoty, na nichž stavíme svou existenci. Zajišťují cirkulaci významů, symbolů, mýtů, které konstruují nejenom naši vlastní identitu, ale i naše společenské vědomí. Média a populární kultura hrají (nejen) v dnešním konzumním a globalizovaném světě natolik zásadní roli, že studium, interpretace a kritika jejich sdělení a významů by vždy měly figurovat v oblasti hlavního zájmu nejen mediálních výzkumů, ale každého jednotlivce ve společnosti.

Interpretace a význam textu je hluboce zakořeněn v dané kultuře a jejím kontextu. Zvláště v současné multikulturní společnosti, kdy je téměř nemožné najít význam, který by měl stejnou platnost napříč všemi kulturami. Jinak chápe svět příslušník středostavovské třídy a bílé rasy, jinak ho chápe jedinec černošské rasy a jinak náboženský fundamentalista. Každý si vytváří významy v kontextu dané kultury a v závislosti na vlastním postavení ve společnosti. Co je to za mechanismus, pomocí něhož rozumíme implicitním významům ukrytým v samotném sdělení a s jehož pomocí vytváříme další asociace a významy? Jak přijímáme mediální sdělení a populární texty; proč jsme v některých případech ochotni ztotožnit se se skrytými ideologickými významy v textu a jindy se stavíme radikálně do opozice, a význam textu tím obracíme naruby? A jak do toho zapadá koncept slasti, kterou při konzumaci a dekodování různých sdělení a textů pocítujeme?

Hledáním odpovědí na tyto otázky se zabývám v následující práci, jejíž hlavní pozornost je zaměřena na konkrétní formu populární kultury – televizní seriál. Výchozím bodem celé práce budou odborné, převážně zahraniční studie předních vědců a teoretiků mediálních a kulturních studií, které budou v další části práce aplikovány na český novodobý televizní seriál *Místo nahoře*¹.

Podle předních teoretiků kultury a mediálních sdělení slouží populární kultura zájmům tzv. *dominantní ideologie* (vládnoucí třídě) ve společnosti. Prostřednictvím

¹ Natáčení probíhalo od prosince 2001 do prosince 2002. Na obrazovce České televize se třináctidílný seriál začal vysílat 5. dubna 2004.

společenských aparátů a principů jsou tyto významy dominantní kultury zakódovány do mediálních a kulturních produktů a následně předávány jejich příjemcům. Pozornost bude v této práci zaměřena na to, jakým způsobem populární kultura (televizní seriál) vytváří a přenáší tyto ideologické významy na recipienty v rámci zachování *statutu quo*. Diskutovány budou případy, kdy různé sociální skupiny a subkultury, které tvoří publikum, vnímají populární text a jeho významy v souladu s přístupy tvůrců daného produktu a za jakých podmínek naopak přijímají text v opozici k preferovaným, dominantním významům.

Tuto tradici nadvlády textu v produkovaní významu pak dynamický rozvoj kulturních studií dočasně upozaduje a přistupuje k mediální komunikaci jako k procesu, v němž pro vytvoření významu textu hrají producenti i recipienti stejně aktivní a důležitou roli. Sdělení v sobě může nést významy a hodnoty toho, kdo stojí za produkcí textu, sám recipient je však může interpretovat zcela jinak. Podle Johna Fiskeho (Fiske, 1987) se určité sdělení stává textem se svými významy až v momentu, kdy se setká se čtenářem a kdy čtenář interpretuje jeho významy a hodnoty v závislosti na jeho sociální a diskurzivní pozici. Podle Fiskeho je čtenář vybaven schopností vnášet do procesu vytváření významu další textuální a diskurzivní zkušenosti a prožitky, které neodpovídají zcela dominantní ideologii. Příjemce vztahuje sdělení na svou osobu, což jeho čtení ovlivňuje.

Výchozím bodem práce bude postihnout, jak jsou do populárních textů v souladu s hegemonickým uspořádáním vepisována ideologická sdělení prostřednictvím dominantního diskurzu a kulturně společenských principů. Pokusím proniknout do principů Fiskeho tzv. *aktivovaného textu*, který obsahuje určitá místa a části, jež se čtenáři otevírají a dovolují mu interpretovat význam textu v rozporu s jeho ideologickým podtextem. Základním cílem však bude přenesení poznatků a závěrů Johna Fiskeho na konkrétní populární produkt.

Součástí teoretické sekce bude definování pojmů **populární kultura**, **publikum**, **diskurz**, **ideologie**, **hegemonie**. Pojmy vychází z ideje sociálního uspořádání a jeho zachování, o které usiluje vedoucí třída (*rulling class*). Jejím cílem je prostřednictvím nejrůznějších mechanismů (ideologický státní aparát) docílit toho, aby si podřízené třídy (*subordinated classes*) osvojily dominantní myšlenkový rámec. Toto dominantní vnímání světa je formováno diskurzem, tedy jazykovým systémem a systémem reprezentací, který v sobě nese a podporuje určité významy. V rámci populární kultury, která je ve světle kulturních studií vnímána jako prostor, v němž se střetávají významy

a hodnoty dominantní ideologie s alternativními významy podřízených tříd, byl definován princip hegemonie. Tím, že jsou připuštěny rezistentní významy a pozice, které jsou vzápětí artikulovány ve prospěch dominantní ideologie, je pozice vládnoucí třídy neustále získávána a utvrzována.

Do stejné sekce bude také zahrnut postupný vývoj výzkumů publik², jejich vnímání a konzumace mediálních sdělení. Výchozím bodem bude tradiční přenosový model komunikace, jenž pak mediální vědci ‚trumfují‘ různými fázemi (generacemi) výzkumů publik – od recepčního modelu, přes etnografii publika až k diskurzivnímu přístupu výzkumů publik.

Ve druhé části práce bude důraz již kladen přímo na rozbor zkoumaného populárního textu – seriálu *Místo nahoře*. Výchozím bodem bude práce **Johna Fiskea** *Television Culture* (1987), v níž tvrdí, že televize prostřednictvím produkováných sdělení přenáší dominantní významy a zachovává status quo ve společnosti. Díky tomu je televize předním nástrojem hegemonického procesu. Dovoluje sice produkovat významy, které vyjednávají, popřípadě odmítají dominantní ideologii, svým fungováním ve společnosti však ve výsledku přispívá k šíření dominantního diskurzu a zachování statu quo, zejména proto, že se stává součástí každodennosti svých konzumentů.

V této části analyzuji žánr seriálu, jeho principy a charakteristiky, zaměřím se také na mytický charakter žánru seriálu, který je patrný v české společnosti. Dalším tématem bude, jak text dosahuje toho, aby navedl čtenáře ke ‚správnému‘ čtení. Mezi tyto hlavní textuální strategie patří tzv. usazování čtenáře, tedy oslovování čtenáře jako subjektu spíše než jako jedince; používání a kombinování narativních kódů; v neposlední řadě také realismus, který je podle Fiskeho hlavním nástrojem dominantní ideologie v televizi. Pro to, aby televize mohla být nástrojem dominantní ideologie, musí oslovovat velké množství lidí, tedy musí být populární. Popularity podle Fiskeho dosahuje televize tak, že ve svých sděleních připouští síly uzavírání textu, ale i síly otevírání. Tyto strategie otevírání budou rovněž popsány v druhé části práce. Zároveň se zaměřím na principy identifikace čtenářů, slasti a prožitku, v neposlední řadě také intertextuality.

Prostor bude věnován rozboru seriálu z pohledu jeho producentů, tedy scénáristy a režiséra. Na základě osobních rozhovorů s nimi budu sledovat, jak pracují s principy a

² Pro potřeby této práce je používán výraz publika (množné číslo slova publikum), které je převzato z anglického slova *audiences*. Důvodem je snaha naznačit, že příjemci televizního sdělení nejsou jednotná skupina, ale různé sociální skupiny a subkultury.

zákonitostmi seriálového žánru, jak pracují s představou potencionálního publika, kde hledal (autor námětu) inspiraci, zda se nechal více ovlivnit osobními prožitky, seriálovými principy nebo společenskou diskuzí, atd.

Vycházíme-li z toho, že k vytváření významu populárního textu výrazně přispívají i sekundární texty, bude pozornost věnována i rozboru novinových a časopiseckých článků, které byly publikovány v době vysílání seriálu³. Sledovat budu zejména to, zda tyto texty šíří spíše realistické čtení seriálu, tedy jako příběh jedinečných individualit, ke kterým lze přistupovat, jako by žily svůj život i mimo populární text, anebo zda preferují spíše strukturální čtení, kde je zdůrazněna spíše diskurzivní podstata postav, společenské principy a hodnoty, které reprezentují.

Doplňujícím aspektem celé práce budou ohlasy a reakce lidí, kteří se k seriálu vyjadřovali na internetu. Nebude se tedy jednat o validní sociologický či mediální výzkum, názory lidí budou použity pouze jako demonstrace tvrzení, ilustrace a příklady jevů, apod.

³ Od 6. dubna 2004 do konce srpna roku 2004.

2. Populární kultura

Chceme-li zkoumat vytyčené téma, je nutné definovat širší souvislosti, z nichž budeme vycházet. Při zkoumání významů ve společnosti, jejich produkování a přenášení, zkoumáme vlastně kulturu samotnou jako systém sociálních vztahů, skrze něhož se společnost tvoří a reprodukuje. Vhodným postupem se v posledních desetiletích stala perspektiva tzv. *kulturálních studií*, která vznikla na Birminghamské univerzitě jako souhrn různých přístupů, jež reagovaly na předchozí debaty o funkci médií a populární kultury, o jejich užívání a dopadu.

2. 1. Kulturální studia

Kulturální studia (KS) byla prvním akademickým přístupem, který a priori neodsoudil populární kulturu, naopak kriticky zkoumal a hodnotil její projevy z hlediska politického spíše než estetického. Tento směr viděl populární kulturu jako prostředek pro zkoumání mocenských vztahů ve společnosti; snažil se odhalit, jak jsou tyto mocenské vztahy zabudovány do populárních textů a jak je následně vnímají jejich příjemci.

Tony Bennet se tématem definování populární kultury a publika (ve své práci ho nazývá obyčejně lidé - *the people*) zabývá v úvodu knihy *Popular Culture and Social Relations* (1986). Vyzdvihuje přístup, v němž termín populární kultura a její příjemci zůstává otevřený, oproštěný od jakéhokoli významového obsahu. Kritizuje snahu popsat populární kulturu jako neměnný souhrn kulturních forem a principů, které jsou přímo svázány s pojetím příjemců/lidí jako pevně stanoveným subjektem (tedy pracující třídou, vycházíme-li z původního myšlenkového proudu kulturálních studií). V této fázi se hlavním objektem jeho zájmu KS stala právě marxistická kritika masové kultury, zejména Adornovo pojetí a kritika masové kultury⁴.

⁴ V jeho pojetí je kapitalismus systémem, v němž je veškerá produkce řízena trhem. Různé produkty jsou vyráběny ne proto, aby uspokojily lidské potřeby a touhy, ale aby zvyšovaly profit. Zatímco pro většinu ekonomických uskupení a forem je produkce založena na užití, v kapitalismu je patrná tendence vyrábět produkty ne k užití, ale ke směně, k profitu.

Za umění považuje pouze vysokou kulturu, z které je tím automaticky vyloučena nižší pracující třída. To ostatní definuje jako iluzorně všeobecné umění, které už dávno není tím, čím by mělo být, ale které pouze poskytuje jednoduché pobavení jako odreagování a úlevu od každodenní práce. Ve formě tohoto pobavení je pak umění pouhým „prodloužením práce; je vnímáno jako únik z mechanického pracovního procesu a následné načerpání sil, abychom byli schopni se do něj vrátit“ (Adorno, 1991, s. 7). Kulturní průmysl podle něj dává prostor pro sjednocování vysoké a nízké kultury, které ve výsledku ničí a poškozují oboje. Vysoké

Adorno se svou prací *The Culture Industry* ([1972] 1991) stal klasickým kritikem masovosti a masové kultury, která se podle něj stala nehorázným průmyslem řídicím se stejnými pravidly výroby jako jakýkoli jiný výrobce produktů. Problém je, že pravidly produktovosti se začala řídit právě kultura, která tak už není „studnicí reflexe a porozumění přítomnosti ve jménu očištěné budoucnosti“ (ibid., s. 9). Je naopak pouhým nástrojem k ovládnutí. Adorno tak vidí členy společnosti, konzumenty populární kultury jako snadno ovladatelnou, pasivní masu, která poslušně přijímá mediální sdělení a jejich hodnoty bez sebemenší známky kritiky či reflexe. V této fázi je v jeho práci velmi přítomná elitistická tradice. Ve světle pozdějších teorií a výzkumů je však patrné, že Adornova kritika postrádá dimenzi užití a cirkulování symbolů a významů, popírá autonomii lidského vědomí a jeho rozlišujících a kritických schopností.

Tato kritika masové kultury, která spočívala na jasné diferenciaci mezi příjemci jako snadno manipulovatelné masy a producenty populární kultury, byla následně nahrazena kritikou kritiky masové kultury. Kulturní teoretici poukazovali na její přílišné zjednodušení funkce populární kultury ve společnosti. Bennett neuznává tyto snahy popsat a definovat populární kulturu ve srozumitelných pojmech a principech kulturně-společenských vztahů a tvrdí, že v takové perspektivě by se pak vývoj populární kultury dal shrnout jako

„série vykrádání, v němž původně byla populární kultura přímo vlastnictvím lidí; byla tvořena jimi a sloužila jejich potřebě vyjádřit své hodnoty. Následně jim však byla odebrána „těmi nahoře“, upravena podle ideologických potřeb, aby nakonec mohla být v upravené podobě vyslána k lidem“ (Bennett, 1986, s. 18).

Jako příklad tohoto procesu uvádí fotbal, jenž byl původně lidovou hrou, postupně byl však lidem odebrán a vrácen zpět k užití v nové, masově zábavní podobě.

Bennett se kloní k přístupu, který následuje teorii hegemonie Antonia Gramsciho⁵, a tvrdí, že populární kulturu nelze definovat jako „kulturu lidí“ tvořenou jimi samými pro ně samé, ani jako vytvořenou kulturu, jež je následně lidem podávána (s. 18). Populární kultura spíše znamená takové kulturní podoby a principy, které tvoří

„základnu, v níž se setkávají a mísí dominantní, podřízené a opoziční hodnoty. Ty se vzájemně kombinují, přetvářejí a soupeří o moc formovat společenské a kulturní vědomí“ (s. 19).

umění je zbaveno své hloubky a vážnosti, nízké kultuře je naopak odepřena jí vlastní nepoddajnost a rezistence vůči sociálnímu systému.

⁵ Viz níže, str. 12

Populární kultura tedy není tvořena dvěma oddělenými koncepty – kulturou lidí a kulturou vytvářenou pro lidi – ale je naopak místem setkávání těchto tendencí, jejichž opačné, rozporné pozice definují samotnou podstatu populární kultury.

2. 2. Na počátku byl znak

Chceme-li se pustit do zkoumání populárního textu, je nutné se ještě jednou vrátit k tradici kulturních studií a jejímu vzniku. Svůj původ a inspiraci našel tento proud ve strukturalismu, jehož charakteristikou je zájem o zkoumání systémů, jejich vzájemných vztahů a formálních struktur, které umožňují vytváření a cirkulování významů. První podnět pro zkoumání v rámci kulturních studií nebyla kultura jako taková, ale studium jazyka jako konceptu, skrze něhož můžeme kultuře porozumět.

Sémiotika je jednou ze základních metod zkoumání v kulturních studiích. Vychází ze strukturalismu (lingvistiky) **Ferdinanda Saussurea**, jenž tvrdil, že svět vnímáme pomocí zástupných znaků, které pouze reprezentují dané objekty a koncepty. Abychom porozuměli tomuto procesu **signifikace** (významotvorbě), je nutné uvědomit si rozdělení znaku na dva základní konstituenty: *signifier (signifiant)* - fyzická, materiální forma znaku - a *signified (signifié)* - mentální koncept, ke kterému jeho fyzická forma odkazuje (Turner, 1996, s. 26). Kulturní studia a mediální výzkumy prostřednictvím sémiotiky zkoumají, jakým způsobem vybíráme a kombinujeme různé znaky v rámci dohodnutých kódů a konvencí v určité kultuře. Pro to, abychom porozuměli tomuto procesu, bylo třeba mechanismu, který by dokázal aplikovat strukturální model jazyka (znak - koncept) i na ostatní významové systémy. Jednou z klíčových postav, jež se tímto problémem zabývala, byl **Roland Barthes**. V předmluvě k českému vydání *Mytologií* ([1957] 2004) říká:

„Najdeme v nich [v textech *Mytologií*] dvě základní určení: na jedné straně ideologickou kritiku týkající se řeči takzvané masové kultury a na straně druhé určitý základní sémiologický rozbor této řeči: krátce předtím [než vyšly *Mytologie*] jsem přečetl Saussura a nabyl jsem přesvědčení, že když budeme s ‚kolektivními představami‘ zacházet jako se znakovými systémy, můžeme doufat, že se zbavíme pietního zavrlování a *detailně* postihneme onu mystifikaci, jež přeměňuje maloburžoazní kulturu na univerzální přirozenost“ (s. 7)

Barthes rozvádí lingvistický model označujícího a označovaného a na stejnou úroveň k nim řadí samotný znak, který je prvkem sdružujícím oba členy. Tento třetí element

vidí jako základ pro objasnění funkce *mýtu*, jenž definuje jako klíčový koncept sémiologie. Mýtus je pro něho projevem dominantní ideologie současnosti.

V běžném užití termínu *mýtus* platí, že odkazuje k určitým představám, které jsou prokazatelně mylné. Sémiotické pojetí však toto chápání vyvrací a ukazuje, že mýtus je možné vnímat jako metaforu, která nám pomáhá utvářet smysl naší existence v dané kultuře. Mýty utvářejí společnou konceptualizaci jevů ve společnosti. Podle Barthesa slouží mýty dominantní ideologii tím, že poskytují iluzi přirozeného a jednoznačného zvýznamňování (signifikace). Kulturně a historicky determinované hodnoty, postoje a významy jsou pomocí mýtů stavěny do světla přirozenosti a věčné stálosti.

V rámci této strukturální, sémiotické tradice kulturních studií se teoretici začali zabývat pojetím textu. Vychází z tradice lingvistiky, už ale není vnímán jako pouhý celistvý souhrn vět a výroků. Jeho širší pojetí definuje text jako vše, co může být čteno a následně interpretováno, např. obraz, fotografie, módní doplněk, televizní sdělení a všechna mediální sdělení vůbec.⁶ V tomto pojetí je nejvýraznější vlastností textu jeho **polysémie**, tedy mnohoznačnost. Význam textu není a priori daný a neměnný, naopak neustále kolísá a proměňuje se v závislosti na kulturní a sociální pozici čtenáře. Každý z příjemců má v souvislosti se svojí sociální pozicí jiný vztah k vedoucím silám ve společnosti, k vládnoucí třídě. Z tohoto předpokladu, jenž byl výrazně ovlivněn marxistickým pojetím uspořádání společnosti, vznikl koncept ideologie. Vrátime-li se k Barthesovi, jeho koncept mýtu se dá považovat za jakýsi nástroj k ‚vykonávání‘ ideologie. Jeho eseje o fungování novodobých mýtů znamenaly sémiologickou kritiku (buržoazní) ideologie.

2. 3. Ideologie

Slovník komunikace a kulturních studií definuje ideologii jako

„společenské vztahy, které ovlivňují signifikaci (vytváření významu) v rámci třídních společností“ (O’Sullivan, Hartley, Saunders, Montgomery, Fiske, 1994, s. 139).

⁶ Pro potřeby této práce je nutné zdůraznit jeho význam v pojetí Johna Fiskea (1987) jako výsledný význam setkání mezi obsahem sdělení a příjemcem. Vzhledem k zaměření své práce na televizní produkty tvrdil, že televizní produkt se stává „textem okamžiku čtení, tedy když čtenář aktivuje některé z významů či uspokojení, které text nabízí“ (s. 14).

Ideologie je vnímána jako obvyklý postup (*practice*) při zachovávání nerovných společenských vztahů ve sféře přenášení významů a diskurzu. Tento stav je vnímán jako přirozený a všeobecně aplikovatelný. Teorie ideologie je ovlivněna marxistickým smýšlením, které tvrdí, že myšlenky a ideje vládnoucí třídy jsou dominantním souborem znalostí a vědění dané časové epochy. Tyto ideje a principy vytváření významu a smyslu nejsou přímo distribuovány vládnoucí třídou. Jejich všeobecné přijímání zajišťují různé, většinou autonomní skupiny, instituce a principy ustavené v dané společnosti. Idea, že naše sociální bytí určuje naše vědomí, dalo vznik marxistickému termínu *falešného vědomí*. Jedná se o akt, během něhož vidí podřízené sociální třídy své sociální postavení a zájmy očima vládnoucí třídy a jejich nastavené ideologie spíše než z pozice svých vlastních třídních zájmů, které jsou v opozici k těm vládnoucím. Vládnoucí třída tímto způsobem naturalizuje svoje výsadní postavení, a tím ho legitimuje.

Z konceptu ekonomické základny a nadstavby se však studium ideologie potřebovalo posunout do širšího kulturního a společenského kontextu, s nímž přišli v 70. letech Althusser a Volosinov⁷. Oba se zabývali studiem jazyka. Viděli jazyk jako jediný možný nástroj k vyjádření a přenášení vědění. Tvrdili, že jazyk nikdy nemůže být zcela oproštěn od ideologických závaží, z čehož vyvozovali, že jakýkoli historický či sociální diskurz je vždy zatížen ideologií. V této souvislosti se nabízí otázka, zda nejsou zatížena ideologickými závažími i celá kulturní studia, jestliže je považujeme za sociologicko-kulturní diskurz. Proč bychom se měli domnívat, že kulturní studia, respektive jejich teoretici a výzkumníci, neobsazují dané ideologické pozice stejně jako ostatní příjemci? Tomuto problému je v pozdější části práce věnován opět prostor v souvislosti s etnografickým výzkumem Davida Morleyho a kritikou jeho interpretací sesbíraných dat.

2. 3. 1. Althusser a ‚ideologický státní aparát‘

Francouzský marxistický teoretik **Louis Althusser** ve svém konceptu ideologie definuje její základní složku - *ideologický státní aparát*. Jedná se o materiální a institucionální zachování ideologie v třídních systémech. Obvykle bývá vysvětlován v protikladu ke tzv. *represivnímu státnímu aparátu*, jenž byl klíčovým aspektem marxistické teorie.

⁷ Althusser, L. (1971) *Lenin and Philosophy and Other Essays* Harmondsworth: Penguin
Volosinov, V. (1973) *Marxism and the Philosophy of Language* New York: Seminar Press

Dominantní ideologii zachovává pomocí regulačních a donucovacích sil, které jsou pod přímou kontrolou státu (policie, armáda, zákony a tresty). Ideologický státní aparát je tvořen společenskými institucemi, které vznikají ve společnosti. Také mají regulační charakter, ale spíše než zastrahování a nátlak dávají na všeobecný souhlas a shodu. Ve své práci jmenuje Althusser tyto instituce: vzdělání, rodinu, náboženství, legislativu, politický systém, odborové organizace (Althusser, 1971 in Storey, 1998, s. 153). Narozdíl od represivního aparátu, který je pouze jeden a který je záležitostí veřejné sféry, je ideologický státní aparát pluralistický (i když ve výsledku jednotný pod hlavičkou vládnoucí ideologie) a je záležitostí sféry soukromé. Jak říká Althusser, represivní aparát funguje na principu násilí narozdíl od státního ideologického aparátu, který funguje na principu ideologie (Althusser, 1971 in Storey, 1998 s. 154). Tato tvrzení však upřesňuje a tvrdí, že neexistuje žádný aparát, který by fungoval pouze na jednom z daných principů; neexistuje nic jako jednoznačný ideologický aparát (používá metody represivního aparátu – např. školy či církve užívají například metody trestu, vyloučení, apod.).

2. 3. 2. Subjektivita a interpelace

Klíčovým tvrzením Althusserovy teorie je, že každý jedinec je už dlouho předtím, než si to vůbec uvědomí, *subjektem* ideologie (například nenarozené dítě se stává subjektem v očekávání, představ a promluv rodičů). Rozdíl mezi jedincem a subjektem je ten, že zatímco jedinec je označen na bázi přírody, subjekt je konstruktem socio-kulturním. Jedinec je konkrétním člověkem; subjektem se stává na základě souhrnu rolí, které jsou pro něj vytvořeny dominantními hodnotami a významy (v rámci třídy, rasy, pohlaví, věku, apod.). To, co mění jednotlivce na subjekty, je právě ideologie.

Pro Althussera funguje ideologie jako souhrn reprezentací reality, které nabízejí jednotlivcům určité pozice subjektu (*subject positions*), které mohou zaujmout. Tvrdil, že ideologie neznačí skutečné vztahy, které ovlivňují existenci jedince, ale reprezentuje imaginární vztahy jednotlivce k jeho skutečným podmínkám a sociálním vztahům, v nichž žije (Althusser, 1971, s. 155). Základním mechanismem, který ideologie používá, je **interpelace**. Každá ideologie oslovuje (*hails, interpellates*) jednotlivce, a tím z nich vytváří své subjekty. Fungování tohoto mechanismu Althusser ukázal na příkladu veřejného prostranství, v němž policie zavolá „Hej, ty!“. Na základě tohoto

podnětu, oslovení se jedinec otočí, čímž se stane subjektem ideologie. Rozeznal totiž, že oslovení patřilo jemu, čímž přistoupil na poskytnutou subjektivní pozici.

V pojetí ideologie, která se díky státnímu aparátu stala implicitní, skrytou, tedy nejsme jednotlivci, individua, ale subjekty. Naše skutečné já je odvrženo a na jeho místo je dosazena bytost, jejíž vědomí identity je zcela v područí ideologie. Tomuto jevu říká Althusser **subjektivita**. Subjektivita není standardní charakteristikou, ale mění se a přizpůsobuje v závislosti na tom, kdo jednotlivce jako subjekt adresuje. Identita jednotlivce pak v tomto pojetí není nic jiného než souhrn všech subjektivních pozic jednotlivce.

Teorie ideologie a koncept subjektivity významně přispěly k vývoji v kulturních studiích. Pozornost se začala zaměřovat na to, jak různá média či texty vytvářejí různé druhy subjektivity pro své čtenáře/diváky. Vědci se zabývali tím, jak příjemci přijímají text skrze osvojení si dané subjektivity, kterou text nabízí. Jinými slovy subjektivita je princip, jímž pomocí určitých nástrojů a strategií určují texty pozici subjektu tak, aby příjemci dával v danou chvíli daný smysl. Čtení je v tomto smyslu pouhým obsazením prostoru, který nám daný text nabídl. Texty je pak možné nahlížet jako „tvůrce naší subjektivity a čtenáře jako pasivní subjekty ideologie, jež jsou neustále přetvářeny ve světle současných diskurzů“ (O’Sullivan a spol., s. 310).

2. 3. 3. Screen Theory a textuální determinismus

V této souvislosti hrál významnou roli proud kulturních studií, který se utvořil kolem časopisu *Screen*. *Screen theory* byla založena na sémiotickém vysvětlení vztahu jazyka a subjektu. Inspirací bylo Lacanovo pojetí subjektivity, která vycházela z psychoanalýzy a ze Saussurovy strukturalistické lingvistiky. V ní Lacan naznačuje, že vědomí našeho já je konstruováno skrze kulturně formovaný jazykový systém. Stáváme se tedy subjekty, a ne autory naší identity, neboť subjektivita je „sociálně vytvořený smysl vlastní identity“ (Turner, s. 20). Díky tomu nám není daná pouze jedna subjektivita, můžeme zaujímat různé subjektivní pozice i v rámci jednoho textu. Teoretici proudu *Screen theory* viděli subjektivitu jako prázdný prostor, který měl být zaplněn jazykem. Proces interpelace viděl tento proud jako způsob, jímž jsou jednotlivé subjekty ‚vepsány do ideologie‘ společnosti tím, že si osvojí daný jazykový systém (Turner, s. 99). *Screen theory* vidí v textu hlavního hybatele významu a porozumění; je mu přiznána moc umístit příjemce

přesně tak, aby interpretoval jeho význam v souladu s dominantní ideologií. Příjemci pak nezbyvá nic jiného než přistoupit na danou pozici, a tedy i interpretaci. Jinými slovy, podle *Screen theory*, text nám skrze strategie jazyka pokaždé říká, jak mu máme rozumět. Tento radikální textuální determinismus byl v kulturních studiích podroben četné kritice, která tvrdila, že vidí text zcela izolovaně od sociálních a historických struktur a zejména jiných textů, které také velkou měrou určují pozici subjektu (Turner, s. 101).

V ohledu textuálních a jazykových strategií navázal na proud *Screen theory* **Umberto Eco**. Ve své studii *The Role of the Reader* (1979) zkoumá, jak velkou roli zaujímá čtenář při procesu nejenom přijímání (čtení) textu, ale také během vytváření, produkování textu jeho autorem. Narozdíl od textuálního determinismu však definuje aktivní spolupráci čtenáře jako zásadní princip při generování významu textu. Zároveň vyslovil tvrzení, že čtenář se na významu textu podílí již při jeho tvoření, a to v myslí autora textu. Každý autor podle něj užívá určitý kód, o němž předpokládá, že bude identický s kódem potenciálního čtenáře. Jinými slovy autor musí „předpovídat a předvídat určitý model svého čtenáře“ (s. 7). Tento předpoklad je pak zabudován přímo v textu, indicie můžeme vyzorovat např. ve způsobu oslovení čtenáře, v předpokladu konkrétních čtenářových vědomostí, apod.

Na základě těchto tvrzení definuje kategorii tzv. *uzavřeného textu*. Díky jeho struktuře není možné číst text jinak, než jak sám text chce, abychom ho četli (s. 9). Nepodléhá žádné jiné interpretaci. V tomto přístupu není text ničím jiným než „sémanticko-pragmatickým vytvářením vlastního modelového čtenáře“ (s. 10). Na druhé straně jsou však *texty otevřené*, které se neuzavírají alternativním významům a nesměřují své čtenáře pouze k jednomu významu, preferovanému dominantní ideologií. Kategorie uzavřeného a otevřeného textu odpovídají Barthesovu pojetí tzv. *readerly* a *writerly* textů. Texty „ke čtení“ (*readerly*) charakterizuje jako čtivé, srozumitelné, bez vnitřního pnutí, které nesou jediný význam textu. Texty „napsané“ (*writerly*) jsou naopak plné kontradikce a ambivalence, odmítají jednotu a koherenci. Obsahují místa, která pomáhají čtenáři dekodovat text a přiřadit mu jeden z mnoha významů, které nabízí.

Eco pracuje také s ideologií a tvrdí, že každý čtenář přistupuje k textu a interpretuje ho z určité ideologické pozice, i když si toho nemusí být vědom. V tomto případě Eco rozvádí ideologickou interpretaci a říká, že při dekodování textu dochází k „překódování“ jeho významu v souvislosti se čtenářovou ideologickou pozicí.

„To znamená, že čtenářova ideologická předpojatost mu dovoluje odhalovat ideologické struktury v textu, zároveň mu jeho ideologické zázemí pomáhá tyto struktury objevovat či přehlížet.“⁸ (s. 22).

Vrátíme-li se zpět ke konceptu ideologie v pojetí Louise Althussera, dá se říci, že jeho teorie rozdělila vědecké pole kulturních studií na dva přístupy – *strukturalismus* a *kulturalismus*. Oba směry zkoumaly stejný objekt, tedy kulturu a sociální vztahy v rámci ní. Strukturalismus přistupuje ke kultuře jako k souhrnu textuálních forem. Jako metodu tedy volí analýzu těchto reprezentativních textuálních forem a struktur a jejich role jako tvůrců významu. Kulturalisté naopak zdůrazňovali roli jedince a jeho schopnost odolat historickým a ideologickým determinujícím silám a tendencím. Tyto odlišné tendence se odrazily i ve vývoji výzkumu mediálních účinků a užívání médií ve společnosti.

Společnou vizi pak našly tyto dva odlišné přístupy v práci italského teoretika Antonia Gramsciho a v jeho teorii hegemonie, která nabídla propracovanější vysvětlení funkce ideologie ve společnosti. Tam, kde Althusser nepřipouští možnost sociální změny, přichází Gramsci s konceptem změny již zabudované do sociálního (ideologického) systému (Turner, s. 30).

2. 4. Gramsci a hegemonie

V souvislosti se vzestupem fašismu ve 20. a 30. letech 20. století a s neúspěchem revolučních hnutí si **Antonio Gramsci** pokládal otázku, jak je možné, že pracující třída není ze své podstaty revoluční a že takřka zcela podlehla diktátorskému hnutí. Svou odpověď vyslovil v konceptu hegemonie⁹.

Tvrdí, že nadřazenost jedné skupiny závisí na dvou faktorech, tedy na „nadvládě (*rulling*) a intelektuálním a morálním vůdcovství (*leadership*); vede své spojence a dominuje svým protivníkům“ (Gramsci, 1971, cit. ve Storey, 1998, s. 210). Oba faktory se vzájemně podmiňují a ovlivňují. Není možné spoléhat se pouze na dominantní sílu, jestliže chceme dosáhnout politické hegemonie (narozdíl od represivní ideologie, kde dominance takto funguje). Důležité je, že sociální skupina, která si nárokuje nadvládu a

⁸ „This means that not only the outline of textual ideological structures is governed by the ideological bias of the reader but also that a given ideological background can help one to discover or to ignore textual ideological structures“.

⁹ Poprvé byla publikována v roce 1926 pod názvem *Notes on the Southern Question*. Až v roce 1975 ale definoval svůj koncept hegemonie v konečné podobě, v knize *Quaderni del Carcere (Dopisy z vězení)* ed. V. Gerratana, Turin: Einaudi.

moc, musí ještě dlouho předtím, než se k ní dostane, prokazovat schopnost vůdcovství. Hegemonie současných parlamentních demokracií funguje podle Gramsciho na principu kombinace síly a shody, jejichž vzájemný poměr je vyrovnaný (ibid.). Nástrojem hegemonie v těchto systémech je užití síly na základě shody kvalifikované většiny, jejíž názor je vyjádřen v prostředcích veřejného mínění. Stát je v tomto pojetí vnímán jako orgán určité skupiny (strany), který je přetvářen a formován „nestálou rovnováhou mezi zájmy vedoucí skupiny a zájmy podřízených“ (ibid.).

V Gramsciho pojetí hegemonie je důležitá role intelektuálů. Každá sociální vrstva si organicky utváří svou skupinu intelektuálů, kteří determinují její funkci a uvědomění si sebe sama. Pro fungování principu hegemonie je funkce intelektuálů velmi důležitá, zejména jejich vztah k dominantní, vládnoucí vrstvě. Každá sociální vrstva, která si nárokuje vedoucí pozici, musí nějakým způsobem ideologicky oslovit a přesvědčit skupinu tradičních intelektuálů v dané společnosti. Tím postupem je podle Gramsciho ‚vytvoření‘ intelektuálů ze svých vlastních řad, které nazývá organickými intelektuály (Gramsci, 1971, cit. ve Storey, 1998, s. 211).

Vraťme se však ještě jednou k hegemonickému pojetí *Státu*. Legitimita a fungování státu je založeno na většinové společenské shodě o vedoucí skupině a celkové podobě sociálního života. Vládnoucí třída pak může užít legální síly na ty skupiny, které do většinové shody nebyly zahrnuty. Neustále však musí vládnoucí třída usilovat o všeobecnou a uznávanou shodu; musí ji neustále formulovat a pracovat na ní. Jedním z nejučinnějších nástrojů, které k tomu používá, je vzdělávací systém.

Společné vidění světa zahrnuje ideologické elementy z různých zdrojů. Jejich spojení a jednotnost pak zajistí společný princip artikulace¹⁰, jenž bude vždy vycházet z hegemonické (vládnoucí) třídy. Gramsci tento princip nazývá **hegemonickým principem**. Jeho definici Gramsci přesně nevyložil, ale základem je „systém hodnot a významů, které jsou zcela závislé na pozici určující třídy (*fundamental class*)“ (Mouffe, 1979, s. 193). Vládnoucí třída tedy poskytuje princip artikulace, skrze nějž ostatní subjekty artikulují skutečnost. Na základě tohoto principu je pak artikulována společná obecná vůle, která je opět zcela závislá na systému hodnot dominantní třídy.

¹⁰ Artikulace je základním termínem kulturních studií. Stuart Hall akcentoval oba jeho významy – artikulace jako vyslovování a artikulace jako skloubení, členění. Kulturní texty nemají význam samy o sobě, jejich význam musí být *artikulován*, tedy aktivně produkován, a to vždy v určité souvislosti a kontextu.

Tony Bennett (1986) stejně jako další teoretici kulturních studií vidí v teorii hegemonie cestu sjednocení a vzájemných interaktivních souvislostí mezi dvěma proudy, jež se v kulturních studiích utvořily, mezi zmiňovanými strukturalismem a kulturalismem. V pojetí strukturalismu byla populární kultura vnímána jako ‚ideologický nástroj‘, který přímo diktoval ideologické pozice podřízeným vrstvám (Bennett, 1986, s. 12). Kulturalismus byl naopak podle něj příliš romantický, když nekriticky oslavoval populární kulturu jako prostor pro vytváření autentických hodnot a zájmů podřízených sociálních skupin. Tento přístup pak logicky vyústil v esencialistické pojetí populární kultury, které ponoukalo například feministické stoupence hledat a dolovat z širokého pole populární kultury autentickou čistě ženskou kulturu. „Jako kdyby [ženská kultura] mohla existovat izolovaně, jako silně zmražená skutečnost v mrazáku mužské kultury“¹¹ (Bennett, s. 12). Gramsciho kritická práce znamenala podle Bennetta zásadní posun v debatě o populární kultuře. Vyhybala se „kategorickému odsouzení masové kultury jejími kritiky, stejně jako oslavnému populismu“ (s. 13). Populární kultura je v novém světle viděna jako oblast vztahů, které jsou přetvářeny a ovlivňovány neustále rozpornými tlaky a tendencemi sociálních vrstev. Neoproštuje se zcela od principu antagonistických vztahů mezi buržoazií a pracující třídou jako dvěma základy kapitalistické společnosti. V tomto místě se příliš nevzdaluje klasickým marxistickým teoriím. Gramsciho koncept se od nich odklání zejména v „pojetí ideologických vztahů mezi vládoucí a podřízenou třídou. Už nepřipisuje takový význam nadvládě jedné skupiny nad druhou, ale jako zásadní vidí usilovné snažení o hegemonii (*struggle for hegemony*)“¹².

Ideologii už Gramsci nespatřuje v jakémsi ovládnutí mas skrze určování jejich vidění světa, ale tvrdí, že pro dosažení kulturního a intelektuálního vůdcovství musí vládoucí vrstva vyjednávat s postoji, zájmy a hodnotami ostatních tříd. Tato vyjednávání pak musí vyústit ve všeobecný souhlas a shodu. Nástrojem, který hegemonie používá, je **artikulace**. Připustí náznak změny, alternativních postojů, které však v zápětí artikuluje a začleňuje do svých vlastních principů. Z konceptu hegemonie je nadvláda vnímána jako něco, co je neustále vyhráváno, získáváno, narozdíl od klasických přístupů, kde nadvláda byla daným výsledkem sociálního uspořádání (třídního systému).

¹¹ „... as if this could exist isolated like some deep frozen essence in the freezer of male culture“.

¹² „Gramsci departed from the earlier Marxist tradition was in arguing that the cultural and ideological relations between ruling and subordinate classes in capitalist societies consists less in the domination of the latter by the former than in the struggle for hegemony – that is, for moral, cultural, intellectual and, thereby, political leadership over the whole of society – between the ruling class and, as the principal subordinate class, the working class.“ (s. 14).

V konceptu hegemonie hraje klíčovou roli populární kultura jako vyjadřování všeobecně přijímaných hodnot a významů, vyjadřování toho, co považujeme za samozřejmé. Tím, že vládnoucí vrstva musí neustále soutěžit a vyjednávat s opozičními postupy, odráží se i v populární kultuře snaha získat hegemonii pomocí opozičních praktik. Díky tomuto soutěžení a vyjednávání jsou obě pozice v rovnováze. Stále je však populární kultura místem pro získávání a vyjednávání politické moci.

Pojetí hegemonie přineslo kulturním studiím podle Graema Turnera několik zásadních aspektů. Nejprve odstranil kategorické třídní určení v kulturní produkci. Dále umožnil studovat populární kulturu bez toho, aniž bychom museli obsazovat jasný postoj k jejím projevům (jako např. elitistická tradice teoretiků). V neposlední řadě ukázal, jak různé kulturní produkty nemají daný, neměnný ideologický význam (feministický přístup k holywoodským romacím) (Turner, s. 197).

Koncept hegemonie také přispěl velkou měrou k teoriím rezistence vůči dominantní ideologii. Nepřipisuje však populární kultuře a jejím účastníkům moc sociální či jiné změny. Nemohou ovládnout prostředky k produkci kultury, ale mohou být zcela svými pány v její konzumaci, tedy ve způsobu užití populární kultury. Přiznává populární kultuře a jejím účastníkům vysokou míru kreativity, skrze níž hledají hodnoty a významy, které slouží jejich vlastním zájmům. Michel de Certeau¹³ přirovnává tento proces k pronajímání bytu, přičemž neupřednostňuje ekonomickou nadvládu majitele bytu, ale zdůrazňuje pozici nájemce, který má možnost přetvořit si byt nejrůznějšími doplňky k obrazu svému¹⁴ (in Turner, s. 200).

Koncept hegemonie se stal v kulturních studiích jedním z centrálních pojmů, k němuž teoretici stále odkazují. Zejména v posledních dvou desetiletích se kulturní studia zaměřují na zkoumání společenských institucí jako na mocné generátory dominantních diskurzů i jako na politické a ekonomické činitele, jež určují kulturní produkci.

Kultura v pojetí hegemonie vychází z toho, že pluralistická společnost musí existovat na základě společenského konsensu, v jehož formování hrají média nezastupitelnou roli.

Tento konsensus nebyl přirozeně daný a přijímaný, ale byl společensky definovaný,

¹³ Certau, Michel de (1984) *The Practice of Everyday Life* Berkeley: University of California Press

¹⁴ Ve světle novějších teorií a výzkumů vědci vyslovují skeptičtější postoje vůči publiku. Ien Ang tvrdí, že publikum sice může být v mnoha ohledech aktivní při užívání a interpretaci mediálních sdělení, ale bylo by absolutně bláhové klást rovnítko mezi aktivní a vlivný (*powerful*) (cited in Morley, 1992, s. 31). Také David Morley upozorňuje na to, že „mít moc nad textem nelze srovnávat s mocí nad agendou, v jejímž rámci je text konstruován a předkládán k užití“ (ibid.). Jinými slovy moc příjemců interpretovat významy podle něj není zdaleka to samé jako diskurzivní moc centralizovaných mediálních institucí produkovat texty, které příjemci interpretují.

konstruovaný. Byl to jakýsi všeobecně přijímaný prostředek k zachování mocenského rozložení třídy, moci a autority. Média byla hlavním činitelem v tomto procesu. Realita, kterou přinášela média, už nebyl souhrn faktů, ale byl to výsledek jistého způsobu konstruování reality (Hall, 1982, cited in Turner, s. 186). Tento proces se odrážel ve dvou sférách: působení ideologie v jazyce a v oblasti kulturní produkce a společenského vědomí. Oba byly otázkou označování/signifikace, jež velmi úzce souvisí s konceptem diskurzu.

2. 5. Diskurz

Diskurz je komplexní, sociálně konstruovaná sada idejí, přístupů, způsobů myšlení a reprezentace, které jsou zabudované do jednotlivých textů nebo skupin textů. Kromě toho mohou být diskurzy, které je nutné sledovat v širším historickém a sociálním kontextu. V rámci diskurzu fungují určitá lingvistická pravidla a konvence, jejichž prostřednictvím se text stává srozumitelným pro jednotlivé subjekty i v rámci celkového kontextu (O'Sullivan, s. 92).

Samotný pojem a koncept diskurzu prošel značným vývojem. V počátečních fázích strukturalismu přistupovali teoretici k významu jako k výsledku singifikace, jež nenáleží ani jednotlivci, ani ‚světu tam venku‘, ale jazyku. V této perspektivě jsme tedy my jako jednotlivci i svět produktem jazyka/signifikace, ne jeho zdrojem/původcem. Po čase však začali upozorňovat na to, že existují určité historické, politické a kulturní ‚fixace významů, skrze něž jsou významy neustále reprodukovány a cirkulují v jakýchsi zavedených formách promluvy, reprezentace, institučních regulí, apod.‘ (O'Sullivan, s. 93). Pojetí jazyka pak začalo být vytlačováno pojetím diskurzu. Sám termín diskurz odkazoval k určitému aktu, implikoval aktivitu, jakýsi interaktivní proces, jehož výsledkem je pak vytváření a reprodukování významů.

Diskurz je produktem historických a sociálních uspořádání, skrze něž jsou produkovány významy. Ty budou ale vždy ovlivňovány danými sociálními vztahy a jejich strukturami nehledě na to, jak abstraktní a neomezený jazyk může být. Jazyk se tedy neučíme zcela očištění od těchto vlivů, naopak svět i sami sebe vnímáme skrze tyto ustanovené diskurzy s danými reprezentacemi a významy. Ty pak ustavují různé subjektivity, které si jako příjemci textů přivlastňujeme.

Diskurzů je několik druhů, jsou strukturované a vzájemně se ovlivňují. Některé diskurzy jsou v určitých epochách nadřazeny těm ostatním, což utvrzuje ideu, že diskurzy jsou zároveň produktem mocenského uspořádání. Současným příkladem je neustálý boj a snaha diskurzu feminismu prosadit se v již dlouho ustaveném a všeobecně přijímaném diskurzu patriarchálním. Diskurzy, jejich funkci a strukturu, zkoumá textuální analýza, která se zabývá tím, jak si jednotlivé texty vybírají části diskurzů a zasazují je do svých širších významů.

Ke koncepci diskurzu významně přispěl francouzský teoretik **Michel Foucault**, který se zajímal o to, jak všeobecné zákonitosti a konvence dávají vznik významům a jak je jejich prostřednictvím ovlivňován diskurz v dané historické epoše. Diskurz byl pro Foucaulta vytvářením vědění/poznání skrze jazyk. V tomto pojetí diskurz nefunguje pouze na bázi lingvistické, ale zahrnuje také jeho užití a další faktory (*practice*). Diskurz určuje téma, definuje předmět našeho vědění; určuje, jakým způsobem se o daném předmětu bude mluvit a uvažovat. Netvrdí, že „mimo diskurz věci neexistují, ale že nemají žádný význam. Význam se tvoří až v rámci diskurzu“ (Foucault, 1972 in Hall, 1997, s. 45). Tato idea, že materiální objekty a fyzické akce existují, ale význam mají a objekty poznání a vědění se stávají pouze v rámci diskurzu, je základem konstruktivistické teorie významů a reprezentace. Foucault tedy tvrdí, že jestliže můžeme dojít k poznání pouze skrze význam, je to diskurz, ne věci samy o sobě, co vytváří naši znalost a vědění.

Narozdíl od ahistorické tendence a charakteru sémiotiky, Foucaultův historický diskurz trval na tom, že v různých historických epochách vytvářel diskurz různé formy vědění/poznání, které byly postupně nahrazovány novými. Toto široké pojetí diskurzu však není možné detailněji prezentovat na těchto stránkách vzhledem k rozsahu a charakteru práce, proto je zde ponechána tato stručná zmínka o jeho komplexním pojetí diskurzu.

2. 6. Koncept slasti

Úzce propojené teorie hegemonie a ideologie byly v rámci zkoumání interpretace textů a užívání produktů populární kultury později konfrontovány s postmodernismem, zejména ale s konceptem **slasti**, který přichází s vizí, že proces komunikace (užívání produktů populární kultury) může být provázen i jinými jevy a důsledky než pouhé generování

významu. Zásadní vliv představuje Roland Barthes a jeho koncept slasti na bázi fyziologické (*jouissance*). Je to fyzická slast těla, kterou přirovnává k orgasmu, čímž se dostává ‚mimo dosah‘ ideologie. Vzniká spíše na bázi přírodní než kulturní¹⁵. V tomto pojetí je tělo jako místo slasti odděleno od těla jako subjektu konstruovaném skrze jazyk a ideologii. Tím se i toto pojetí staví za obecné porozumění populární kultuře jako prostoru pro subjektivní prožitky různých kulturních forem, které jsou určitým způsobem rezistentní vůči dominantní ideologii. Vytváří-li populární texty nejen významy, ale přispívají také k produkování slastí a prožitků, v mnoha případech si navzájem odporují. Je tedy třeba zaměřit se na to, jakým způsobem lze mít požitek z konzumace populárního textu navzdory tomu, že jeho ideologii příjemce odhalil a rozkódoval.

Tuto oblast ve své práci podrobně zkoumá americký teoretik **John Fiske**. Definuje kategorii „populární“ jako ty prožitky a slasti, které se vymanily ze sil a působení ideologie. Populární kulturu a zejména televizi připisuje schopnost produkovat nedovolené prožitky a slasti, a tím následně rozvratné, opoziční významy (in Turner, s. 111). Ty jsou důsledkem tzv. *sémiotického převisu* (*semiotic excess*). Jsou to ty části textu, v nichž je zakódováno vícero významů, které text nemůže ideologicky ovládat a které se tím čtenáři otevírají. Až po setkání se čtenářem je možné těmto částem přiřadit význam na základě čtenářovy vlastně utvořené subjektivity, usazení.¹⁶

Fiske vidí populární kulturu jako prostor pro zápas s dominantními způsoby reprezentace a významy. Je však dalek zmanipulovaných mas v konceptu marxismu a ideologie. Zaměřuje se na to, co sám nazývá **aktivovaný text**, který je aktivovaný skrze své příjemce spíše než praktiky tvůrců, jež mají za úkol čtenáře ‚usadit‘.

Fiskeho pojetí populární kultury (zejména televize) jako ‚semiotické demokracie‘, která dovoluje konzumentům užívat potenciální slasti a prožitky jakýmkoliv způsobem a přiřazovat jim jakékoliv významy, bylo velmi optimistické. Mnoha kritikům se jeho pohled na populární kulturu zdál být tak optimistický a oslavný, že by už ani nebylo třeba kriticky zkoumat, jakým způsobem slouží reprezentace v mediálních sděleních a populární kultuře k udržení statu quo. Graeme Turner upozornil na to, že je třeba si

¹⁵ „[I]t is an overwhelming expression of the body and is thus beyond ideology, a product of nature rather than culture.“ (Barthes, R. 1975. *The Pleasure of the Text* New York: Hill Wang cited in Turner, s. 202).

¹⁶ „I suggest that it is more productive to study television not in order to identify the means by which it constructs subjects within the dominant ideology (though it undoubtedly and unsurprisingly works to achieve precisely this end), but rather how its semiotic excess allows readers to construct subject positions that are theirs (at least in part), how it allows them to make meanings that embody strategies of resistance to the dominant, or negotiate locally relevant inflections of it.“ (Fiske, 1986, s. 213)

uvědomit, že i slasti z užívání populární kultury (na bázi *jouissance*) nevznikají odděleně od hegemonických, společensko-ideologických struktur. Slast je podle něho pouhým nástrojem k vytváření a zachování obecné shody (*consent*), jež je produktem hegemonického společenského uspořádání (Turner, s. 204).

Diskutujeme-li o společenském uspořádání či o statu quo společnosti, je třeba zaměřit se na ‚druhou stranu komunikačního procesu‘, tedy na publikum a jeho užití a interpretaci mediálních a populárně kulturních textů. Tomu se věnuje následující pasáž úvodní teoretické části. Pozornost je v ní upřena na vývoj výzkumů publik v rámci kulturních studií. Snahou je postihnout neustálé přechylování od silné pozice textu k dominantnější pozici čtenáře a naopak.

Přestože je druhá - praktická část práce založena především na textuální analýze populárního textu, autorka se domnívá, že nelze vynechat pasáž o studiu publika a výzkumů publika, které přinesly nový přístup k populárnímu textu a k jeho významům, vytvářených v závislosti na sociální pozici čtenáře. Neboť ani text, ani publikum neexistují jako samostatné entity, ale spíše jako na sobě závislé procesy, jejichž prostřednictvím je utvářen a šířen význam a skrze něž je utvářena i realita. Navíc je druhá, praktická část práce obohacena o konkrétní ilustraci toho, jak populární text *Místo nahoře* přijímají a chápou diváci.

3. Vývoj kulturních a mediálních výzkumů – v hlavní roli publikum

Cílem mediálních a auditoriálních studií a výzkumů je v nejširším slova smyslu snaha prozkoumat, jak jsou média ve společnosti užívána různými příjemci a skupinami příjemců a jakým způsobem mohou média přispět ke stabilitě společnosti a k zachování sociálního uspořádání. Od samého počátku je tedy klíčovým pojmem **publikum**. Ovšem jak říká v úvodu své knihy Alasuutari,

„publikum samo o sobě neexistuje; je třeba mít na paměti, že publikum je především diskurzivní konstrukt vzešlý z určitého analytického nazírání¹⁷ (Alasuutari, 1999, s. 6).

3. 1. Kvantitativní vs. kvalitativní výzkumy

Ke studiu těchto jevů (publika a jeho užívání médií) sloužila různým akademickým tradicím dvě různá paradigmata. Ze strukturální tradice vzešel přístup **užití a gratifikace**, který se zabýval především tím, jak jednotlivci užívají mediální obsahy a produkty populární kultury, jak si je vybírají a jaké potřeby jimi uspokojují. Druhým paradigmatem byl **etnografický** přístup, který pracoval s představou publika jako různých sociálních skupin. Tento přístup se soustřeďuje na studium vnímání (recepce) medií jako součásti každodenního života. Oba přístupy se pak staly výchozími body pro kvantitativní a kvalitativní výzkumy publika. Oba mají své výhody a přednosti stejně tak jako nedostatky a nepřesnosti.

Achillovou patou přístupu kvantitativního byl kromě psychologického základu také problém validity výzkumů. Dotazníkové (výčtové, uzavřené) otázky totiž limitovaly, či naopak ponoukaly k určitým odpovědím, čímž zkreslovaly skutečnou situaci. Přelomovým nástrojem tohoto přístupu bylo měření publika pomocí tzv. peoplemetrů. S nástupem měření publika se však podle Ien Ang (1991) zásadně změnil vztah producentů televizních produktů a publika. Hlavním kritériem úspěšnosti pořadu a hlavním cílem uvádění všech pořadů je maximalizace publika (co nejvyšší share). Ien Ang vidí hlavní problém v tom, že okolo měření publika se vytvořil diskurz, který si v hábitu jasných čísel a faktů nárokuje skutečnost a pravdu, v jejímž světle je pak

¹⁷ „[T]here isn't really such a thing as „the audience“ out there; one must bear in mind that audience is, most of all, a discursive construct produced by a particular analytic gaze.“

formulován úspěch a propad daného pořadu. Ang poukazuje na to, že toto poznání publika skrze čísla a procenta je upřednostňováno před intuitivním poznáním publika skrze přijímání programu (Ang, 1991, s. 21). Měření publika tak poskytuje informaci o tom, jak úspěšný ten který pořad je, ale jen málo vysvětluje, co případnou úspěšnost/neúspěšnost způsobilo a ovlivnilo. Dalším problémem byl podle ní přístup k publiku jako ke kompaktní entitě, která se dá měřit a předpovídat, spíše než jako k jednotlivým divákům, kteří sledují televizi v souladu se svými každodenními návyky. S rychlým technologickým vývojem a novými vynálezy (videorekordér, dálkové ovládání, apod.) se podle len Ang diváci dostávají do stadia ‚revolty‘, což neznamená aktivní rezistenci a opozici, ale pouze její symbolickou formu. Televizní průmysl má čím dál menší kontrolu nad aktivitou diváků, nad jejich zvyky při sledování televize. Divák se stává nezávislejším, může kdykoli od televize upustit a vrátit se, když bude chtít (např. využitím videa už není závislý na vysílacím schématu). I díky tomu se snaha definovat, kdo vlastně je televizní publikum, značně ztěžuje. Jak tvrdí Ang, ‚měření publika se stává spíše záležitostí hledání svého objektu, nežli jeho zkoumání‘¹⁸ (s. 97). To, co mohlo prokázat validitu kvantitativního zkoumání, bylo co nejautentičtější debatování s respondenty, tedy interaktivní, konverzační rozhovory, jež skýtají prostor pro kontextualizované názory, postoje, významy, tedy kvalitativní výzkum vycházející z etnografie.

Problémem **etnografických studií** byla naopak nedostatečná spolehlivost a reprezentativnost. Výzkum dělal vždy jeden či dva výzkumníci, kteří po skončení zveřejnili své závěry, jež dokumentovali vybranými citacemi zpovídaných. Spolehlivost a reprezentace opravdu nebyla příliš vysoká, ale jak říká dánská teoretička Kim Christian Schroder (in Alasuutari, s. 46) to, že bylo ukázáno, že někteří příjemci vůbec smýšlejí a přijímají mediální produkty v rozporu se zakódovanými dominantními významy, bylo dostatečné. Navíc podle ní není ani možné provést reprezentativní kvalitativní výzkum vzhledem k tomu, že jejich přepisy by dosahovaly tisíců a více stránek¹⁹.

Ideálním řešením se tedy jeví kombinace toho vhodného z obou paradigmat, kterou užilo již několik vědeckých výzkumů. Tato metoda je v kulturních studiích nazývána *triangulace (triangulation)*. Termín je odvozen ze slova *navigace (navigation)*, při níž je

¹⁸ „[A]udience measurement tends to become a practice in search of its object rather than a practice of researching a given object“.

¹⁹ Jediný kvalitativní výzkum, který by se dal považovat za vcelku reprezentativní, byl podle Kim Schröder Lewisův výzkum (1991) sledování sitcomu *The Cosby Show* (in Alasuutari, s. 65).

pomocí dvou různých veličin určena poloha objektu (Alasuutari, s. 50). Tato metoda naznačuje, že výzkumník hledá svá data dvěma různými způsoby. Kim Schroder (v Alasuutari, s. 50) připomíná výzkum Sonii Livingstonové (1994), v němž se zabývala publikem diskusního pořadu v televizním studiu. V něm nejprve provedla hloubkové rozhovory s diváky ve studiu, v nichž se jich ptala, jak vnímají pořad a jeho účastníky, jak se do něj zapojují, apod. Ve druhé fázi pak vytvořila dotazníky s podobnými otázkami, prostřednictvím nichž provedla kvantitativní výzkum z reprezentativního vzorku populace. Problémem tohoto řešení obecně zůstává nedostatečný teoretický rámec, který by jasně vymezil, jak dvě různé metody mohou měřit totožný objekt.

Mnoho odborníků se shoduje v tom, že klíčovým výzkumem užívání médií je v současnosti kvalitativní přístup. Současně však připouští, že je třeba dodržovat maximy kvantitativního výzkumu, tedy spolehlivost, validitu a míru zobecnitelnosti. Způsoby, jimiž je lze dodržovat, jsou ovšem jiné než u kvantitativních výzkumů. Klíčovým momentem je podle Kim Schröder přesná definice a popis toho, co je prováděno a jak, vypíchnutí předpokladů a hypotéz v každé fázi výzkumného procesu a v neposlední řadě komplexní dokumentace na rozsáhlých citacích zpovídáných jedinců. Aby bylo učiněno za dost věrohodnosti kvalitativního výzkumu, používají někteří vědci diagramatickou mapu, která se skládá z několika se protínajících kruhů, z nichž každý vyjadřuje různou čtenářskou pozici. Aby se výsledek neztratil v přehnané generalizaci fenoménu, musí být tato mapa doprovázena podrobným popisem jednotlivých ‚typických‘ zástupců každé kategorie (Schröder v Alasuutari, s. 54).

V následující kapitole bude pozornost zaměřena na posun paradigmatu v mediálním výzkumu a rozpracování přístupu užití a gratifikace v etnografickém studiu publika. To, co Stuart Hall (1982) nazval znovuobjevení ideologie, bylo základním kamenem pro zformování kritického paradigmatu v mediálním výzkumu. Vznikla první generace výzkumníků publik.

3. 2. Recepční model (*reception research*)

Vznik výzkumu recepce textu se datuje do roku 1974, kdy byl publikován článek **Stuarta Halla** *Encoding and Decoding in Television Discourse* (in Hall et al, 1980). Jeho práce se dá považovat za první pokus o skloubení obou různých přístupů ve zkoumání médií a jejich užívání. Navazuje na to, co již bylo studováno v teorii užití a

uspokojení, zároveň přidává aktivní zapojení příjemce při setkání s textem. **Pertti Alasuutari**, profesor sociologie na Univerzitě v Tampere a editor odborného periodika *European Journal of Cultural Studies*, v úvodu ke své knize *Rethinking the Media Audience* (1999) tvrdí, že od původních modelů komunikace²⁰ nebyl ten Hallův až tolik odlišný a nový. Stejně jako předchozí modely považoval i ten Hallův masovou komunikaci za proces vysílání a přijímání určitého sdělení s určitými účinky. Nevidí ho však tak jednoduše a přímě. Tvrdí, že při vyslání sdělení může být význam zcela odlišný od okamžiku, kdy je sdělení přijímáno. Během celého procesu působí na sdělení podle Halla nejrůznější činitele; sdělení má v různých fázích komunikačního procesu různé ‚podmínky existence‘ (Hall, s. 129). Hall zdůrazňuje, že jak při produkování, tak při přijímání je sdělení ovlivňováno nejrůznějšími faktory, jako jsou diskurz daného média (televize), kontext, či technologické parametry média, apod.

Stejně tak, jako je aktivní tvůrce sdělení při jeho produkci, je stejně aktivní i jeho příjemce při konzumaci (dekódování). Prostor se tak otevírá a je připraven k určitému manévrování. Proces zakódování komunikátora a následného dekodování příjemce již nepřipouštěl ideu celistvého (uzavřeného) sdělení, které je hozeno na příjemce a v průběhu celé komunikace zůstává zcela identické. Stuart Hall přichází s konceptem, že různí příjemci mohou dojít k odlišným interpretacím jednoho sdělení. Svou pozornost ponechává ve sféře sémiotiky, jejíž pravidla pak aplikuje na tzv. určující momenty zakódování a následně dekodování. Hlavním faktorem v přijímání ideologického textu je pro Halla právě proces dekodování. Existují tři způsoby (čtení), jimiž lze text přijímat a chápat (číst). Prvním je tzv. dominantní (hegemonický) kód, v němž příjemce interpretuje text v rámci *preferovaného čtení*; konotativní významy vznikají v souladu s dominantní ideologií skrytou v textu. Druhým způsobem je tzv. *dohodnutý (negotiated)* kód, v jehož rámci příjemce přijímá text jako celek v souladu s dominantní ideologií, ale v jeho jednotlivostech se s ní může rozcházet. Obsahuje vlivy přizpůsobující i opoziční. Posledním způsobem je tzv. *opoziční čtení*, ke kterému dochází, dojde-li k narušení předávání daného významu. Příjemce dokáže odhalit v textu skryté ideologické modulace a interpretuje je ve zcela opačném významu. Tento jev,

²⁰ Gerbner, G. (1956) ‚Towards a General Model of Communication‘ in *Audio Visual Communication Review*, IV (3): 171-199

Laswell, H. D. (1948) ‚The Structure and Function of Communication in Society‘ in Bryson, L. (ed.) *The Communication of Ideas* New York: Institute for Religious and Social Studies

Shannon, C. E. and Weaver, W. (1963) *The Mathematical Theory of Communication* Urbana: University of Illinois Press

který Hall nazývá ‚strukturovanou polysémií‘ (s. 138) textu, vytváří z jakéhokoli čtení politický zápas dominantního významu s těmi podřízenými (alternativními).

I přes nesporný význam a vliv na následný vývoj zkoumání mediální kultury obsahoval Hallův model určité problémy a nedostatky. Podle Alasuutariho například nepracuje s faktem, že média mají v komunikovaných událostech konstitutivní charakter. V Hallově kritice však Alasuutari připouští, že recepční model znamenal zásadní posun od technického k sémiotickému přístupu zkoumání sdělení.

Na základě Hallova paradigmatu vzniklo několik výzkumů, z nichž nejvýznamnějším byl *The ‚Nationwide‘ Audience* **David** **Morley**eho. Jeho výzkum pak určil směr dalšího vývoje ve studiu publik. Jako předmět svého výzkumu si určil televizní program *Nationwide*, který v 70. letech vysílala mezi šestou a sedmou hodinou večer stanice BBC. V projektu se zaměřil zejména na ideologický rámec programu a na jednotlivé způsoby, jak program pracoval s diváky. Svým obsahem – zejména tzv. *human interest stories* a hlavními událostmi v perspektivě ‚obyčejného diváka‘ – oslovoval program tyto obyčejné lidi pomocí jazyka, který pro ně měl být podle předpokladů srozumitelný. Svým regionálním zaměřením a poskytováním prostoru nejrůznějším kulturám a komunitám vytvářel pořad obraz Velké Británie jako země multikulturní a tolerantní s akcentuální hodnotou na rodinu (Británie jako rodina a jednotlivé komunity jako její členové). Tento obraz vytvářel všeobecně přijímaný a srozumitelný diskurz rodinné a národní soudržnosti.

V druhé části výzkumu se pak zaměřil na interpretace významu u jednotlivých diváckých skupin. Pomocí hloubkových rozhovorů s diváky s různým vzděláním a z odlišných sociálních skupin se mu podařilo definovat jakousi kulturní mapu publika a uplatnit Hallovu teorii o dekódování v konkrétním vědeckém výzkumu. Shaun Moores (1993, s. 21) upozorňuje, že přístup k publiku a jeho interpretace textu v rámci tohoto striktně předem definovaného rozdělení byl pak v mnoha výsledcích nepřesný a zkreslený, nepostihoval komplexně celý proces. Několik důležitých faktorů v procesu dekódování však výzkum ukázal. Tím klíčovým byl fakt, že dekódování televizních zpráv nemůže být zdaleka závislé pouze na socioekonomickém postavení příjemce. Jeho pozice sice poněkud omezí diskurzy, které má jedinec k dispozici, nevede však k tomu, že jedinci stejné třídní pozice dekódují text zcela identicky.

„Je nutné zkoumat především způsoby, jimž jsou konstrukční faktory artikulovány v rámci diskurzivních procesů.“²¹ (Morley, 1981, s. 56 in Moores, 1993, s. 22)

²¹ „[W]e need to investigate the ways in which structural factors are articulated through discursive processes.“

Studie Davida Morleyho *The 'Nationwide' Audience* znamenala výrazný posun v kulturálních studiích nejenom tím, co přinesla, ale i reakcemi, kritikami a novými čteními, ke kterým stále podněcuje.²²

Kim Sujeong vidí problém v tom, že Morley velmi nejasně shrnul schémata procesu dekódování zejména proto, že srovnání pozice příjemce s jeho pozicí sociální bylo nedostatečné. Jako příklad uvádí již samotný výběr skupin, z nichž některé byly vybrány v rámci tříd a jiné zase v rámci rasy (Sujeong, 2004, s. 85). Modleski (1991) pak připojuje kritiku Morleyho studie z hlediska pohlaví (s. 40) a tvrdí, že si nedostatečně všímá čtenářských pozic z hlediska pohlaví. Morley podle ní interpretuje pozice ženských příjemců v rámci tradičního marxisticko-maskulinního přístupu, který mu nedovoluje odhalit pozice žen, jež kritizují současnou politiku populární kultury a touží po jejich nových formách.

Kritika se dále zaměřuje na přílišný důraz na třídní pozice příjemců a na její identifikaci se sociální pozicí. Vytváření významů je však ovlivňováno nejen třídní pozicí, ale i jinými sociálními faktory a diskurzy, v nichž se jedinec pohybuje (pohlaví, rasa, věk, apod.). Všechny tyto diskurzy jsou relativně autonomní. Otázkou je, jaký je klíčový faktor v procesu dekódování určitých skupin, je-li to rasa, třída nebo pohlaví. Sujeong připouští, že všechny kategorie mají svou vysvětlující a interpretační hodnotu. Žádná z nich ovšem není absolutní. Příklad uvádí na feministické kritice sledovaného programu. Jestliže by měly ženy zaujímat kritický, tedy opoziční postoj, mělo by to platit pro všechny ženy. Narozdíl od černošských žen pracující třídy však bělošské ženy střední třídy prokázaly porozumění programu a užívaly vyjednávací kód.

Zajímavým aspektem kritiky Kim Sujeong bylo její sledování pojetí rasy v britské kultuře, jež podle ní není záležitostí pouhé rasy, ale jež v sobě obsahuje hlubší historicko-kulturní kontext. Černoši v Británii jsou totiž imigranty nebo dětmi imigrantů z oblastí Karibiku a Afriky, kteří hromadně přicházejí do Británie již od 60. let 20. století. V jejich čtenářských pozicích se pak odráží nejenom rasa, ale také zkušenost cizinců, příchozích, pocit vykořeněnosti a nepochopení, které byly v Morleyho interpretacích podle ní vypuštěny. Ve světle tohoto hlubšího kulturního kontextu je pak jasné, proč se černošští diváci nemohou identifikovat s nacionalistickou dikcí celého

²² K novějšímu zpracování a zakomponování nových poznatků dospěl i sám Morley. Jeho kniha *Television, Audiences and Cultural Studies* (1992) byla souhrnem a rozpracováním jeho komentářů na reakce a kritiky vůči jeho dřívějším studiím.

programu a nevidí sami sebe jako ‚my Britové‘ proti ‚nim Američanům, Kubáncům, Korejcům, apod.‘²³

Zkoumáme-li tedy proces dekodování jako celek, je nutné brát všechny diskurzy jako komplex faktorů ovlivňující čtenářovu pozici a jeho porozumění textu. Mnohokrát bylo Morleyho výzkumu také vytýkáno, že vytvořil umělé publikum, z nichž mnoho by si daný pořad ani nevybralo ke sledování, protože pro ně není relevantní, nemá význam (např. černošští studenti vysoké školy). Sám Morley později rozpoznal nedostatky studie a definoval nutnost posunout model dekodování k žánrovému kontextuálnímu modelu každodenní konzumace médií.

Navzdory zmíněným nepřesnostem a nedostatkům, Morleyho výzkum je považován za významný předěl ve výzkumu publika a procesu interpretace významu. Díky Morleyho projektu se pozornost mediálních výzkumů přesouvá z úzké analýzy textu a jeho forem k empirickému zkoumání publika a jeho zacházení s textem. Zároveň potvrdil Hallovu vizi o aktivitě příjemců při dekodování ideologických momentů v textu a jejich následný vztah k nim.

Do popředí zájmu se dostává problém preferovaného čtení. Vědci si kladli otázku, zda je preferované čtení charakteristikou samotného textu, tedy něčím, co je v něm obsaženo, nebo zda je to naopak záležitostí příjemce. Výzkumníci kolem Halla a Morleyho předpokládali, že preferované čtení je vlastností textu, kterou je možno zkoumat detailní analýzou užívající metody semiotické analýzy²⁴. Kritici této metody Tony Bennett a Janet Woollacott (1987) přišli s trzvením, že neexistuje text jako takový, který by měl významy mimo čtení, během něhož je aktivován jeho význam. Semiotickou analýzu dokonce viděli jako jeden ze způsobů čtení, porozumění textu. Zpochybnili celkovou objektivitu výzkumů. Vidí např. Morleyho analýzu pořadu Nationwide jako opoziční čtení. Podle nich sám autor vidí daný program v opozici k dominantním významům, které jsou v něm obsaženy a které autor rozpoznal. Při jakémkoli mediálním výzkumu, jak upozorňují Bennett a Woollacott, je nutné být si vědom neustálých interpretačních nástrah, kterým se ani výzkumník coby konzument sdělení neubrání. Podobně jako Bennett a Woollacott i další teoretici viděli etnografy jako ‚aktivní interprety konstrukcí ostatních lidí‘ (Geertz, 1973 in Moores, s. 62). Angela McRobbie ve své eseji *The*

²³ Na tomto místě se nabízejí otázky, které by rozpracovaly toto socio-kulturní pozadí příjemce v Británii. Například jaké by byly čtenářské pozice Jamajčanů, kteří svou zemi neopustili (a byli by v Británii pouze na návštěvě)? Jak moc a zda-li vůbec by se lišily od pozic jejich kompatriotů, kteří mají kulturní základ ze své země, ale již nějakou dobu žijí v Británii? A jaká by byla pozice například studenta, který přijel do Británie studovat, ale plánuje se po studiích vrátit do své země? To by ovšem vydalo na samostatnou studii.

²⁴ Viz. *Screen Theory* výše v textu

Politics of Feminist Research (1982) upozorňuje na zaujatost (*partiality*) etnografů, jejímž výsledkem jsou jejich interpretace sesbíraných dat spíše než zrcadlový obraz skutečného stavu. Nutné je tedy rozpoznat subjektivitu nejenom zpovídaných lidí, ale i toho, kdo výzkum provádí a následně interpretuje. Ve světle jejich argumentů je tedy možné říci, že součástí každé kvalitní etnografické studie by měl být popis pozice (subjektivity), z níž interpretace výzkumníka pocházejí²⁵.

V návaznosti na tento argument může být relevantní na tomto místě zeptat se sebe sama, z jaké pozice (subjektivity) zkoumá a analyzuje text (seriál) autorka této práce. Zkoumaný seriál zobrazoval život a každodenní problémy i radosti, jinými slovy vidění světa vyšší společenské třídy české společnosti. Fakt, že text analyzuje autorka z pozice příslušníka střední třídy, navíc z pozice studentky (sociální úroveň je v době studií spíše nižší), může implikovat dojem automatického opozičního čtení a přístupu k seriálu. V tomto bodě se odborníci shodují v tom, že je nutné si neustále uvědomovat celkový kontext výzkumu. Různé projekty se liší v přístupu ke vztahu výzkumníka a zkoumaného. U některých výzkumů je podle Moorese kulturní proximita obou stran a empatie vítaná. Je ovšem na samotných akademících a výzkumnících, jak skloubí pozici sympatizujícího diváka s procesem kritického hodnocení a interpretace ideologických textů.

3. 3. Etnografie publika

Ze základů výzkumu recepce textu vzešla druhá generace výzkumů publik, jíž byla etnografie publika. Morleyho studie byla v dalších letech následována mnoha dalšími (například Ang, 1985; Hobson, 1982; Liebes and Katz, 1990, apod.), které v odborném povědomí představovaly kvalitativní výzkumy recepce publika. Byly založeny na hloubkových rozhovorech s těmi, kdo pravidelně sledovali studované produkty populární kultury (ať už se jednalo o televizní seriál, soap operu nebo studování života subkultur). Zároveň však dochází k dalším posunům ve výzkumu publika, zejména co se týče politiky pohlaví. Výzkumníci sledují a analyzují diskurz v rámci obou pohlaví, studují, jak obě pohlaví interpretují význam v rámci svých každodenních aktivit a sociálních pozic obecně.

²⁵ Možná by v každé odborné literatuře, zabývající se etnografií publika, měl být kromě výčtu akademických úspěchů a uvedených titulů i krátký životopis autora dané studie.

Roger Silverstone (1994) zdůraznil, že kromě výzkumů recepce textu se v rámci etnografie etablovala ještě druhá rovina. Silverstone akcentoval ve studiu užití médií především tuto „dvojitou rovinu na sobě vzájemně závislého významu masových médií“²⁶ (s. 145). Tvrdil, že studovat je třeba nejenom reakce na konkrétní texty a žánry v nich obsažených, ale také důležitost médií jako technologií v našem každodenním životě.

Etnografické výzkumy sledují roli televize v rodině, její sociální užití a vliv na rozložení mocenských vztahů v rodině (př. Lull, 1980). I David Morley přesunuje svou pozornost od studia textů a jejich dekódování jako izolovaných jevů a věnuje se zkoumání, jakou roli a jak je televize sledována v domácnostech, rodinách²⁷. Poprvé se zde zaměřuje na otázku interpretace významu v přímé souvislosti s otázkou sociálního užití.

V těchto studiích je zcela evidentní odklon od přijímání mediálních produktů jako supersilných textů, jež interpretujeme na základě ideologických aspektů. Vědci vidí média a jejich texty jako prostor pro neustálý boj významů v závislosti na definování mocenských struktur v rodině. James Lull dospěl k závěru, že jsou to ve většině případů otcové, kdo mají rozhodovací pravomoc při vybírání televizních pořadů. V dalších výzkumech (zejména Hobson, 1980) se projevil také tendence historicko-společenské kritiky, zejména feministický proud a kritika patriarchálního uspořádání společnosti. Zatímco Morleyho Nationwide definoval publikum jako společnost různých sociálních tříd, **Dorothy Hobson** (1980, 1982) se zaměřila na sledování publika v souvislosti s jeho pohlavím. Ženy měly podle ní v rodině a jejím volném čase jasnou druhořadou roli. Svým výzkumem položila základ k průzkumu ženského užívání populárních textů. Hobson tvrdí, že má-li čtenář přijímat texty určitého žánru s uspokojením a slastí, musí oplývat určitými kompetencemi, bez nichž by nebyl schopen identifikace a uspokojení. U televizních mýdlových oper je to například schopnost porozumět a přijmout základní obecné konvence a pravidla, divák musí oplývat znalostí jednotlivých postav a jejich historie, musí být schopný a ochotný zapojit se emocionálně do prožívání a hodnocení postav a jejich chování (in Moores, 1993, s. 39).

Fakt, že mýdlové opery sledují především ženy, jejichž místo je v oblasti rodinného života, mezilidských vztahů a romantiky, potvrzuje premisu o zachování (přijmutí) sociálního uspořádání. Ta však zároveň podle Moorese (s. 40) ignoruje prvky rezistence

²⁶ „...the double and interdependent character of the meaningfulness of the mass media“.

²⁷ Morley, D. (1986) *Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure* London: Comedia

světa mýdlových oper, který příjemcům předkládá pravý opak patriarchálního uspořádání – rozvedená manželství, samostatné ženy-matky, krátkodobé vztahy, apod. To, že se svět mýdlových oper zdá jedné skupině hloupý a nereálný, zatímco druhé skupině připadá velmi blízký a reálný, vzbuzuje dohady o samotné koncepci realismu. Je to pouze záležitost reprezentace a užití různých symbolik v rámci jednotlivých diskurzů, nebo bychom měli mluvit o různých realismech, tedy o různých zobrazeních reality? To, že ženy, které sledují soap opery, je považují za velmi reálné, neznamená, že by ostatní televizní žánry (např. náš zkoumaný produkt – seriál) považovaly za méně realistické. Naopak by se právě s žánrem seriálu rychle sžily. Je to otázka již zmiňovaných kompetencí, které jsou třeba pro to, aby se divák mohl s pořadem zcela identifikovat a dokonce ho přijímat (spíše tedy prožívat) na zcela reálné bázi. Při sledování soap oper ženy příliš nekladou důraz na reprezentaci reality (kterou by stejně tak příliš nezkoumaly při sledování seriálu), spíše kladou důraz na prožívání příběhu a mezilidských vztahů. Tento fenomén popsala Len Ang a nazvala ho „emocionálním realismem“, v němž se klade důraz zejména na citlivost a výmluvnost (1985). Oproti tomu stojí realismus empirický, který preferují spíše muži a který je založený na uvěřitelnosti a realističnosti materiální, zdůrazněna je i akce a činy spíše než pocity a emoce.

Kromě britských vědkyň (Hobson, Brundson a McRobbie) se fenoménem ženského prožívání romantických příběhů zabývala i americká teoretička **Janice Radway**. I v její práci (1984) lze nalézt témata jako život v každodennosti, péče o domácnost či kulturní kompetence obou pohlaví. V obou případech je zřejmý prožitek a uspokojení z narativity romantických příběhů. Rozdíl je však ve struktuře a funkci romantických příběhů. Janice Radway nevidí jako klíčový fakt kontinuálního sledování příběhu, v němž se ženy identifikují s každodenními prožitky protagonistů a skrze něhož dávají průchod svým emocím a snům. Za zásadní Radway považuje potenciál romantických příběhů odpoutat divačky od běžných, každodenních povinností a prožitků a dočasně utéci do světa snů a fantazie. Radway se na tomto místě obrací k tradici *eskapismu*. Důležitým momentem v její práci je i pozornost zaměřená na literárně zpracované románci spíše než televizní seriály a mýdlové opery. Jak již bylo řečeno, přijímání všech textů a jejich interpretace a užívání je nedílně spojeno s celkovým kontextem, v němž toto setkání textu a čtenáře probíhá. Čtení literárního příběhu tedy vyžaduje zcela jinou formu recepce než sledování televizního seriálu. Na čtení si čtenář vyhradí čas sám pro sebe, je to obvykle jediná aktivita, kterou provádí. Zatímco sledování

mýdlové opery je předem rozvrženo televizním programem. Navíc sledování seriálu nebývá jedinou aktivitou, kterou diváci vykonávají. Často k ní přibývají běžné domácí práce či péče o děti (viz. Hobson, 1980). Další uspokojení nacházejí čtenářky v logice příběhu. Mýdlové opery jsou často vystavené na kontinuálních příběhových liniích a uspokojování se odvíjí od předpovídání, jak bude daný příběh pokračovat, v co vyústí apod. narušil od literárních romancí, v nichž je vývoj a vyústění příběhu předem jasné. Romantická hrdinka je obvykle po dlouhém odmítání a utrpení nakonec milována a opečovávána. Taková narace kontrastuje se skutečným stavem čtenářky příběhu, která je naopak tou, kdo se stará a pečuje o ostatní. Romantický příběh tak kompenzuje skutečnou situaci a roli čtenářky a umožňuje jí únik z běžného, neustálou starostí o druhé zatíženého rodinného života. Vrátime-li se k funkci populárních textů, jejich recepci a užívání, jeví se populární kultura v rámci etnografických výzkumů opět jako prostor, v němž se setkávají hodnoty a významy dominantní kultury s rezistencí a alternativou.

V těchto stěžejních textech etnografie publika můžeme sledovat, jak již bylo řečeno, rozpracování modelu užití a gratifikace, který vychází především z pozornosti na jednotlivce při zkoumání užívání a konzumace médií. Tím, že výzkumy sledovaly kolektivní užívání médií (především televize) v rodině a jejich funkce v rámci rodiny, vytvořila britská kulturní studia základnu pro zcela novou koncepci užívání médií. Zejména přístup, v jehož rámci brali mediální a kulturní vědci daleko vážněji a zodpovědněji formáty masové zábavy. Už je nevidí striktně jako ideologický nástroj v rukou vládnoucí třídy, naopak se noří do hlubin populární kultury a hledají v ní náznaky kontroverze a rezistence vůči existujícímu sociálnímu uspořádání.

V pozdějších studiích je patrná tendence jít „za“ etnografií publika a zkoumat roli a fungování textů v širších společenských souvislostech. Ve světle kritiky etnografie ale bylo zjevné, že tento přístup není jedinou odpovědí na otázky týkající se funkce textu a jeho významu.

Etnografickému proudu kritici vytýkali především rozpor, který v sobě skrýval. Vznikl v rámci antropologie, jež se zaměřuje na zkoumání jevů a principů v rámci určité kultury. Etnografie médií však podle kritiků nezkoumá kulturu, ale pouze její fragment. Při studiu sledování televize chybí další sociální principy a postupy, které vnášejí do fenoménu sledování televize širší perspektivu. Další problém viděli v tom, že etnografie publika je spíše popisujícím postupem než kritickým. Důvodem byla především zvolená metoda rozhovoru a diskusí. Proces zpovídání a diskusí trval většinou hodinu a půl, což

mohlo přinést vypovídající výsledky, přesto ale podle kritiků nemohl sloužit etnografickým studiím v původním smyslu slova etnografie.

Další kritikou etnografie a výzkumů publika vůbec bylo tvrzení, že neexistuje nic takového jako publikum určitého sdělení/textu do té doby, než ho někdo začne analyzovat, a tím ho i definuje. Publikem pořadu se můžeme stát na časově omezenou chvíli, ale ve zbytku času jsme součástí jiných sociálních a kulturních skupin. „Nežijeme svůj život jako publikum určitého pořadu“ (Turner, s. 152). Ve světle takových tvrzení je publikum pouhým „konstruktem těch, kteří ho nějakým způsobem studují, regulují, chrání a využívají, tedy akademiků, televizního průmyslu a regulativních orgánů“ (Hartley, 1987, s. 129). Také Ien Ang (1991) upozorňuje, že publikum neexistuje; je to pouhý diskurzivní konstrukt vytvořený pro potřeby institucí jako jsou mediální průmysl, mediální výzkum, reklama. Navrhuje přistupovat k publiku jako ke dvěma rozdílným konceptům – publiku jako k diskurzivnímu konstruktovi a k publiku jako k sociálnímu světu publik existujících v danou chvíli (*actual audiences*) (s. 13). Na základě takového rozlišení pak mohla jmenovat mnoho argumentů ve prospěch etnografických výzkumů. John Hartley popírá jakýkoli přístup k publiku jako k existující entitě a tvrdí, že publikum je nejenom smyšleným konstruktovi, ale že je strategickým konceptem k vlastnímu přežití různých institucí, tedy i akademických.

„Publika mohou být pojímána empiricky, teoreticky nebo politicky, ale v každém případě je publikum produkt fikcí, který slouží potřebám a zájmům daných institucí. V žádném případě není publikum ‚skutečné‘ či vzniklé nezávisle na jeho diskurzivních strategiích. Není žádné pravé publikum, které existuje jako daná kategorie.“²⁸ (Hartley, 1987, cit. v Turner, s. 153)

V Hartleyho argumentu je patrný návrat zpět k textu, který vidí jako výsledek diskurzů. Podle něj publikum nemůže být bráno jako reálná, existující skupina. Je nutné zkoumat text v rámci diskurzivních režimů, v nichž jsou vytvořeny a šířeny. Tímto pojetím publika, které jako samostatná, daná kategorie neexistuje, vznikla třetí generace výzkumu publik – konstrukcionistický (diskurzivní) přístup.

²⁸ „Audiences may be imagined empirically, theoretically, or politically, but in all cases the product is a fiction which serves the needs of the imagining institution. In no case is the audience ‚real‘ or external to its discursive construction. There is no ‚actual‘ audience that lies beyond its production as a category.“

3. 4. Konstrukcionistický (diskurzivní) přístup

Třetí generace výzkumů publika je charakteristická svou snahou studovat nejenom přenášení sdělení a významů, ale komplexní mediální kulturu. Obě předešlé generace výzkumů zanechaly v této třetí výraznou stopu. Nakládání s jejich základním principem – teorie užití a gratifikace – se však přeměňuje. Její psychologický aspekt se upozadňuje, do popředí se naopak dostává širší sociologické pojetí. Důraz je kladen na roli médií v každodenním životě, ať už jako téma komunikace, nebo činnost vytvářená a vytvářející diskurzy, z nichž vychází. Pozornost je zaměřena na ty diskurzy, v nichž jsme oslovováni jako publikum a z nichž vnímáme naši roli jako publika a obecnstva. Z toho vyplývá snaha a zájem tohoto proudu postihnout kulturní místo a význam médií v současném světě. Klasické etnografické studie a jejich přínos zde není zcela vytěsňen. Stále jsou v popředí zájmu otázky konkrétního užívání textu určitými skupinami lidí, zároveň se ve středu pozornosti objevují i procesy, skrze něž vnímáme média a jejich obsah za skutečný, popřípadě za deformaci reality.

Tento přístup kulturních studií byl velmi silně prodchnut vlivem sebekritiky a sebereflexe a znamenal ‚přeformulování role médií, koncept publika a s tím spojenou pozici výzkumu publika v celkové perspektivě‘ (Alasuutari, s. 6).

Jedním z významných posunů kulturních studií a jejich výzkumů je snaha kritické reflexe a odstupu od kulturních principů, skrze něž vnímáme současnou společnost a její charakteristický fenomén masové komunikace a kultury. Kulturní studia se v této fázi snaží o kritický pohled na to, z čeho sama vzešla a co vytvořila. Snaží se oslabit původní vliv a inspiraci kulturních studií v marxismu a neomarxismu a definuje jako svůj hlavní princip a nástroj kritiku postindustriální, postmoderní společnosti. To samo o sobě obsahuje morální apel, který nedovoluje cílenou širší perspektivu.

V souvislosti s hodnotou kulturního produktu/textu byl opět zdůrazněn posun od klasického rozdělení produktů na vysokou/nízkou kulturu k novému konceptu zaměřenému zejména na konzumaci produktu. Jinými slovy se klade větší důraz na politický význam produktu než na estetický. Tento instrumentalistický koncept pouze odráží současné zájmy o média a populární kulturu. Mediální výzkum si kromě otázek účinku a dopadu médií a jejich obsahu klade také otázky, kdo má zájem tyto účinky a dopady studovat, čí zájmy jsou obsaženy ve výzkumu médií a jejich příjemců, apod.

3. 4. 1. Morální rozměr sledování televize

Diskurzy kolem médií jsou v popředí zájmu novějších výzkumů přijímání mediálních textů. Ty podle Alasuutariho ukazují, že užívání a konzumování médií je ve většině případů spojováno s morální otázkou. Mnoho příjemců má tendenci ospravedlňovat sledování programů založených na fikci, a naopak s pozitivní asociací spojuje sledování nejnovějších událostí, publicistických a zpravodajských pořadů. Jak uvádí Alasuutari, tento aspekt morality při konzumaci médií není pouze jakousi soukromou záležitostí, ale je naopak odrazem diskurzů, v jejichž rámci získávají různé mediální strategie svou legitimitu a strukturu. Média veřejné služby například užívala pojem masové kultury a zábavy, aby ospravedlnila politiku regulace. Nepřenášela programy, které diváci chtěli, ale které potřebovali (Alasuutari, s. 12).

Morální rozměr sledování televize Alasuutari detailně zkoumá ve svém výzkumu (Alasuutari, 1992). Z hloubkových rozhovorů, které provedl v asi 90 finských rodinách, vyplynulo, že většina lidí přistoupilo na obecně přijímaný diskurz, v jehož rámci je vhodné sledovat určité typy pořadů, naopak jiné typy pořadů jsou takřka odsuzovány. Sledovat zpravodajské pořady a dokumenty považovalo za samozřejmé 85% lidí, po nich následovaly pořady o přírodě (kolem 80%). Dost lidí přiznalo bez morálního zahanbení, že sledují situační komedie (72%), naopak za sledování soap oper se lidé styděli a přiznalo se k tomu jen 7% z nich (Alasuutari, 1992, s. 565). Jako zajímavý aspekt uvedl Alasuutari to, že lidé měli při rozhovorech tendence vysvětlovat, proč se nedívají na pořady (zpravodajské, publicistické a dokumentární), které jsou v dominantním diskurzu považovány za občanskou povinnost, známku společenského uvědomění a vysoké intelektuální úrovně. Na druhé straně, když někdo přiznal, že sleduje mýdlové opery nebo detektivní seriály, měl potřebu se ospravedlňovat a vysvětlovat, proč se na dané pořady dívá. Nikdo nepřiznal, že sleduje pořady, které jsou považovány za podřadné a za známku nízkého vkusu, bez toho, aniž by přidal/a vysvětlení důvodů, co ho/jí k tomu vede. Naopak sledování zpravodajství a dokumentů nikdo nevysvětloval, stejně jako nesledování soap oper či detektivek.

Do výzkumu pak Alasuutari přidává rozměr pohlaví a vzdělání a zjišťuje, že ženy upřednostňují pořady o přírodě a soap opery, zatímco muži se raději dívají na sport a akční seriály. Tyto dva typy pořadů sledují také méně vzdělaní lidé, vzdělanější naopak sledují detektivky a sitcomy. Z kombinační tabulky pak Alasuutari dochází k závěru, že

morální hierarchie sledování televize odpovídá více méně vkusu a sledovacím návykům vzdělanějších mužů (s. 568).

V druhé části výzkumu se autor zaměřuje na jednotlivá vysvětlení zpovídaných, zejména u sledování soap oper. Z odpovědí vyplývá, že lidé, kteří pořady sledují, nebo nesledují, kritizují soap opery především za nedostatek realismu, za přílišnou imaginárnost, tedy že nedostatečně reflektují skutečný svět. Len Ang ve své studii, zaměřené na sledování soap opery Dallas (1985), identifikovala dva typy realismu. První – empirický – je skutečný odraz světa, v němž žijeme. Při sledování soap oper však kladla větší důraz na druhý typ realismu – emocionální. Jeho hlavním kritériem byla identifikovatelnost diváků s postavami, situacemi a konflikty. To vysvětluje, proč většinou ženy upřednostňují sledování mýdlových oper, což vplynulo nejen z výzkumu Len Ang, ale i z Alasuutariho studie. Z důrazu na realismus je tedy jasné, proč jsou v morální hierarchii upřednostňovány zpravodajské a dokumentární pořady a proč jsou soap opery a televizní seriály až na jejím dně.

Fakt morálního hodnocení při sledování televize považoval za zajímavý fenomén i David Morley (in Alasuutari, 1999, s. 201). To, že sledování fikce má mnoho lidí potřebu nějakým způsobem ospravedlnovat či vysvětlovat, naopak sledování aktuálních událostí a diskusních pořadů považuje většina lidí za svoji občanskou povinnost, podle něj slučují v jedno téma občanských práv a povinností s vhodnými způsoby přijímání mediálních textů a informací. Velmi úzce to souvisí s diskurzem o veřejnoprávních institucích a komerčních televizích a jejich funkci v demokratických společnostech. Veřejnoprávní televize se zaštiťují filosofií společenského vzdělavatele a reprezentanta různých společenských proudů a kultur. Samy si stanovují za úkol přinášet relevantní informace pro utváření politických názorů a postojů, zároveň si dávají za cíl vzdělávat nejširší vrstvy televizních diváků. Základem komerčních televizí není kvalitativní kritérium, ale kvantitativní. Len Ang ve své analýze televizního publika (1991) vyjádřila tento princip jako tendenci televizí přistupovat k publiku jako ke komoditě, kterou je nutné neustále vytvářet a dodávat (u komerčních televizí). Oproti tomu veřejnoprávní televize si své publikum definují jako ‚veřejnost (*public*), která musí být informována, vzdělávána a zabavována‘ (s. 29). Souhrnem těchto aktivit jsou pak diváci jako veřejnost podporováni v uvědomění si svých občanských práv a povinností a jejich vykonávání v demokratických kapitalistických společnostech.

Takové striktní rozlišení se však postupem času podle ní rozměňuje. Tento trend prokázala Ang na dvou případových studiích - BBC a VARA²⁹. Počáteční tendence spočívala v přístupu veřejnoprávních televizí k publiku jako k přirozené, a priori dané entitě. Vztah mezi publikem a institucí se však stal podmíněn spoustou kritérií a každodenních situací a praktik; stal se daleko proměnlivějším a nevyzpytatelnějším. Díky neúprosnosti kapitalistického trhu jsou i veřejnoprávní televize nuceny soupeřit s těmi komerčními o televizní diváky. K ambicím informovat a vzdělávat se řadí i další faktor - bavit, ve vysílacích schématech se objevují pořady svou povahou vhodné spíše pro komerční televize³⁰. Tuto tendenci lze demonstrovat i na našem zkoumaném pořadu. Seriál *Místo nahoře* jako žánr populární kultury, který by spíše odpovídal principům komerční televize, vytvořila a vysílala veřejnoprávní televize.³¹

V závěru knihy *Rethinking the Media Audience* dává Pertti Alasuutari prostor Davidu Morleymu, aby zhodnotil vývoj mediálních výzkumů publika a jeho nakládání s médii. Morley souhlasí s ideou třetí generace vědců na poli mediálního výzkumu (a svou pozdější práci se k ní i řadí), jejichž pozornost je soustředěna na rozpracování modelu užití a gratifikace, na etnografii publika až k analýze metadiskurzů, v jejichž rámci jsou média a jejich role v současné společnosti diskutovány. Zároveň však upřesňuje, že nevidí tento vývoj jako popření toho, co již bylo publikováno. To, že se pozornost výzkumníků přesunula jinam, nevnímá jako zkoumání zcela nových objektů, principů. Tento posun vidí jako nazírání na stejný objekt pouze z jiného úhlu pohledu a pomocí odlišných metodologických nástrojů než doposud. Odvolává se na zmiňovanou kritickou sebereflexi v rámci kulturních studií:

„[J]e to kontextuální závislost kulturních studií, již je třeba mít neustále na paměti, jestliže chceme odolat nejrůznějším ortodoxním tendencím vytvářet kodifikované a neměnné terminologie“.³² (Morley, 1992, s. 6)

Ve své pozdější práci se Morley snažil spojit koncept kulturních studií s politickou ekonomikou. Tvrdí, že „analýza mediálního produktu, který sám sebe definuje jako nepolitický, by ve skutečnosti měla být centrem pozornosti jakékoli analýzy politické

²⁹ nizozemská asociace vysílatelů

³⁰ Více v Ingunn Hagen: 'Slaves of the Ratings Tyranny? Media Images of the Audience' in Alasuutari, P. (ed.) (1999) *Rethinking the Media Audience: The New Agenda* London. Sage Publications, pp. 130-150.

³¹ Tento zajímavý fenomén by si jistě zasloužil podrobnější analýzu v další práci. Vzhledem k tomu, že v této práci na ni není prostor, je fenomén pouze zmíněn.

³² „[I]t is the context – dependence of cultural studies which we need to keep in mind, and indeed reinforce, if we are to resist tendencies towards the development of orthodoxies and the temptations of a codified vocabulary.“

kultury“ (ibid., s. 9). Podle něj to nejsou pouze mediální texty, ale zejména jejich čtení, co by mělo být středem zájmu každé analýzy. Dále prohlašuje, že v rámci nových přístupů je třeba zkoumat, jak jsou různé komunikační technologie zahrnuty do procesu neustálé konstrukce a rekonstrukce sociálního prostoru a společenských vztahů (v Turner, s. 212). Důkladné porozumění fungování mediálních institucí a organizací, průmyslu, stejně tak i procesů probíhajících při setkání textu se čtenářem je pro analýzu v postmoderním světě klíčové.

4. Praktická část

Cílem první teoretické části bylo ukázat a popsat složitost vývoje různých přístupů k textům populární kultury, k publiku a k jeho užívání médií a produktů populární kultury. Tyto přístupy jsou neustále ve víru dialektických návazností a vlivů, včerejší vize jsou nahrazovány zítřejšími, zítřejší zase vycházejí a odvolávají se na ty dnešní.

Druhá část práce se zaměřuje na praktické užití poznatků z předchozí teoretické části. Základním výchozím momentem je Fiskeho tvrzení, že televize se prostřednictvím vytváření významů snaží sloužit dominantním zájmům ve společnosti. Hlavním metodologickým nástrojem bude sémiologická analýza zkoumaného populárního produktu – televizního seriálu – která se bude snažit ukázat různé strategie, které televize používá k šíření dominantní ideologie. Kromě toho jsou ale zdůrazněny i strategie, kterými se text čtenáři otevírá, a dává mu tak prostor pro vyjednávání se zakódovanou dominantní ideologií, popřípadě přímo pro odmítnutí.

V této části práce budu také pracovat s Fiskeho pojetím **intertextuality**, kterou rozlišuje na *horizontální* (odkazy na další primární texty, většinou ve smyslu žánru, postavy nebo obsahu) a *vertikální* (vztah primárního textu – např. televizního produktu – a sekundárních či terciárních textů – novinářské články, kritiky, reakce a konverzace diváků). Vertikální intertextualita funguje podle Fiskeho jako vztah primárního textu s dalšími texty, které k původnímu textu přímo odkazují. Tyto sekundární texty šíří a přispívají k cirkulaci vybraných významů primárních textů. Vertikální intertextualita narozdíl od té horizontální naopak zdůrazňuje polysémický potenciál televize, který je různými způsoby mobilizován (s. 111). Skrze sekundární texty jsou čtenáři předkládány významy, které přímo nekorespondují s jeho sociální pozicí, ale které mohou ovlivnit jeho čtení. Sekundární texty mohou aktivovat určité významy a jiné zase upozadit.

Přestože by v návaznosti na poznatky z první části bylo vhodné a jistě přínosné rozebírat seriál v širších kontextuálních souvislostech (v pojetí konstrukcionistického přístupu), omezím se pouze na zmiňovanou sémiologickou analýzu seriálu, sekundárních a terciárních textů. Rozsah i charakter práce ani nedovolují toto širší rozpracování vzniku, vytváření a přijímání seriálu.

4. 1. Hegemonický proces v televizním diskurzu

Televize je v závislosti na distribuci moci jakousi sérií konfrontací, z nichž vznikají různé slasti a projevy rezistence. S odkazem na teorie Gramsciho a Foucaulta tvrdí Fiske, že tyto rozpory a konfrontace jsou základem vzniku diskurzu, který je organizuje a vytváří z nich pravdu (Fiske, 1989, s. 153). Díky způsobu, jakým je sestavována a přenášena pravda, je zajištěn status quo. Jinými slovy na základě diskurzu je přenášeno běžné vědění (*common sense knowledge*), které dává smysl minulým i současným událostem. Tato běžná vědomost slouží zájmům vedoucí třídy tím, že u podřízených tříd získává jejich souhlas, kterým podporují zájmy dominantní třídy spíše než své vlastní. Fiske mluví spíše o televizním zpravodajství, platí to však i na další televizní produkty. Ve zkoumaném seriálu je to například běžné přijímání faktu, že v komunitách satelitních městeček žijí hlavně bohatí lidé, nebo automaticky přijmeme fakt, že zaměstnavatel může z ekonomických důvodů kdykoliv propustit svého zaměstnance.

Televizní texty obsahují síly a strategie, které žádoucí významy upřednostňují. Jak Morley tvrdí,

„diváci (*audience*) nevidí pouze to, co chtějí vidět, protože sdělení/pořad jednoduše není oknem do světa, ale je jeho konstruktem. Sdělení nemá jeden skutečný význam; skrývá v sobě signifikační mechanismy, které prosazují určité významy na úkor ostatních. To jsou pokyny uzavírání zakódované ve sdělení.“ (Morley, 1992, s. 21)

Navíc svou pravidelností, rutinou, standardním televizním programem (schématem) udržuje televize status quo, hegemonii v praxi. Každodenní zpravodajské přenosy, televizní seriály, mýdlové opery, apod. udržují vědomí pravidelnosti, stálosti, normálního pořádku.

Také Newcomb a Hirsch (Newcomb, 1994) vidí v televizi nejenom moderní komunikační médium, ale zejména nástroj politické kontroly. Tvrdí, že „dominantní sdělení jsou zakořeněny v převlecích zábavních formátů, jejichž produkce a kontrola není ničím jiným než komplexní kontrola politická“ (s. 504). Na základě pojetí populární kultury zejména Fiskeho a Hartleyho ovšem vyzdvihují roli televize jako centrálního kulturního média, které reprezentuje spíše rozmanitost významů než jednolité dominantní přístup. Zdůrazňují spíše „proces než produkt, diskuzi než indoktrinaci, rozpor než soudržnost“ (s. 506). Jak vyplývá z názvu jejich studie, považují televizi za kulturní fórum, v němž jakýkoli text představuje určité kulturní téma nabídnuté k diskuzi a užití. Na tomto místě zdůrazňují, že vznášení otázek je stejně

důležité jako jejich zodpovězení, řešení. Nedělají si iluze a netvrdí, že jakýkoli televizní text může zpochybnit dominantní hodnoty a uspořádání společnosti. Co je ale důležité, je fakt, že otázka byla nastolena a divák má šanci k hlubšímu prozkoumání (genderová diskriminace, apod.). Jinými slovy televize podle nich nenabízí pevné ideologické pozice a rozřešení, ale spíše komentuje ideologické uspořádání a problémy ve společnosti (s. 508).

Jejich zajímavou tezí je, že skrze zkoumání televizních textů v určitém časovém období lze popsat historii společenské diskuse v dané zemi. Ze zkoumaného seriálu *Místo nahoře* bychom mohli například vyčíst, že současná česká společnost se vyrovnává se sociálními a ekonomickými změnami, které započaly po pádu komunismu v roce 1989. To, co dříve bylo výsadou jen těch ‚nejvyšších‘, si dnes může díky fungujícímu ekonomickému systému dovolit mnoho obyvatel. Ze seriálu také vyčteme ambivalentní vztah k dravým podnikatelům, jejichž praktiky často hraničí se zákonem, k touze žen po emancipaci, atd.

Seriál *Místo nahoře* jako produkt populární kultury nevybočuje z hlavního proudu a užívá mainstreamové narativní struktury textu, která je v současné době identická s patriarchální, kapitalistickou ideologií. Kromě toho, že podtextem celého seriálu je ‚pracuj, podříd’ se systému a bude ti dopřáno‘, lze ideologické projevy sledovat i v přístupu k roli ženy v manželství a ve společnosti vůbec. Například v poznámce policisty Šrédra, který uklidňuje Lukeše³³, když nemůže najít svou ženu, poznámkou - Vždyť je to jenom ženská! – je explicitně zaznamenána patriarchální ideologie s celou svou automatickou přirozeností.

Díky konceptu hegemonie se však populární kultura stává prostorem pro neustálé vyjednávání sociálních skupin soupeřících o moc či o její udržení. Náznaky rezistence jsou připuštěny. Patriarchální ideologie je např. neustále nabourávána různými náznaky. Hned v úvodní scéně celého seriálu je divákům předložen tento souboj v postavách novináře Honzy Kadlece a jeho ženy novinářky Romany, když se během stěhování do nového domu, které je narušeno poruchou stěhovacího vozu, baví, jaký titulek by se hodil pro jejich situaci. Kadlec navrhuje „Novinář a jeho manželka...“. Romana hned reaguje a říká: „No počkej, snad novinářka a její manžel, ne?!“

Díky těmto rezistentním náznakům má čtenář šanci a prostor pro vyjednávání s textem. Významy zacílené na příjemce nejsou stálé, zafixované. Jsou naopak produktem

³³ Popis děje v jednotlivých epizodách a vztahů mezi postavami viz. příloha č. 1

textuální interakce, která je formována ekonomickými, estetickými a ideologickými faktory, jež často fungují na bázi podvědomí. V důsledku toho jsou velmi těžko předvídatelné a kontrolovatelné. Oblast, ve které tato vyjednávání probíhají nejintenzivněji, je recepce textu, v níž jsou významy a slasti určujícími faktory. Do procesu vyjednávání významu se pak promítají kulturní determinanty, jejichž základem je kulturní a sociální zázemí čtenáře - třída, pohlaví, věk, rasa, atd. Scénu Honzy a Romany si tedy po svém vyloží muž který přijal patriarchální ideologický rámeček, jinak si ho vyloží emancipovaná žena, která je k dominantní ideologii v opozici.

Tyto významové náznaky jsou přítomny téměř neustále. V mnoha případech se dá říci, že jsou v textu zastoupeny pouze díky aktivaci potenciálních rezistentních (či dominantních) významů, na samotný děj a jeho posun nemají primární vliv. Například vzápětí po rozhovoru novinářského manželského páru přijde další scéna, v níž Romana zvedne zvonící telefon, po úvodním pozdravu ho předá manželovi a napjatě čeká. Kadlec si vymění několik slov s jejich potenciálním zaměstnavatelem, šéfredaktorem regionálního periodika. Po skončení hovoru se Romana ptá, co chtěl. Kadlec odpoví, že je oba pozval, aby se přišli představit do redakce. Romana pak s nevěřícím tónem prohodí: „A to to nemoh‘ říct mně?!“ Dá se říci, že kdyby tato scéna byla vypuštěna, děj a chod příběhu by to nezměnilo.

4. 2. Populární texty v každodennosti aneb Je pondělí – čas na oblíbený seriál

John Fiske odmítá tvrzení, že kultura je masám servírovaná již v konečném stavu, významu. Kultura tak podle něj nefunguje a lidé se jako masa ovladatelných jednotlivců nechovají. Jediné, co může populární kultura podle něj dělat, je „produkovat souhrn textů či kulturních zdrojů, které mohou užít nebo odmítnout při vytváření své populární kultury“ (Fiske, 1989, s.). Vycházejí z myšlenek Michela de Certeau trvá Fiske na tom, že konzumenti masové kultury nejsou pasivními hlupáky, kteří automaticky přijímají sdělení, ale že jsou tvůrci vlastních významů, které uspokojují jejich sociální a emocionální potřeby.

Fiske jednoznačně odmítá do té doby platné předpoklady kulturních studií³⁴:

³⁴ zdroj: <http://www.cultsock.ndirect.co.uk/MUHome/cs4ie.html>

- kulturní průmysl šíří jednotnou ideologii, představa rozmanitosti jejích produktů je pouhá iluze
- konzumováním produktů populární kultury lidé přijímají ideologii nevědomě
- všichni lidé přijímají stejné sdělení z jednoho textu
- lidé jsou tedy vydáni na milost velkým podnikatelům v oblasti populární kultury
- populární kultura je tedy ze své podstaty znehodnocená

Ve své práci definuje *finanční a kulturní ekonomii* a popisuje jejich vzájemnou interakci. V rámci finanční ekonomie vytvoří producenti produkt, který prodají jako komoditu například televizi. Z produktu se rázem stává producent, neboť je televizí použit k tomu, aby vytvořil určité publikum, které má být jako komodita prodáno inzerentům. V rámci kulturní ekonomie se pak publikum mění z komodity opět na producenta, tentokrát na tvůrce významů a slasti, jež jsou těžko kontrolovatelné v rámci finanční ekonomie.

Televize podle Fiskea nemá být analyzována v měřítku finanční ekonomie, ale měla by být analyzována v perspektivě kulturní ekonomie, v níž diváci již nehrají roli komodity, ale jsou aktivními tvůrci vlastních významů a slasti. Díky specifickým textuálním a intertextuálním charakteristikám je televize velmi flexibilní v umožňování tvorby různých významů. Vzhledem k tomu, že jsou televizní texty otevřené, je nutné zkoumat je skrze „jednotlivé momenty sémiotického procesu, v němž se setkávají textuální a sociální síly“ (Sieter a spol., 1989, s. 11).

Fiske viděl populární kulturu jako prostor pro tvorbu významů, tedy jako nástroj rezistence podřízených tříd.

„Vždycky existuje element populární kultury mimo dosah sociální kontroly, který uniká nebo je v opozici k hegemonickým silám.“ (Fiske, 1989, s. 2)

Populární kultura je podle něj kultura konfliktu, tedy boje vytvářet významy, které jsou v zájmu podřízených tříd, a ne těch, které upřednostňuje dominantní ideologie. Vítězství v těchto bojích o významy přináší slasti, které jsou vždycky politického charakteru. Základními podobami souboje o významy jsou *únik* a *rezistence*. Navzájem jsou velmi těsně spjaty a jedna nefunguje bez druhé. V obou těchto podobách podle Fiskeho hraje klíčovou roli souhra slasti a významu. Únik však podmiňuje více slasti, zatímco rezistence vytváří spíše významy (ibid.).

Texty populární kultury nemají význam samy o sobě, ale jsou provokatéry významů, jež jsou plně završeny až v okamžiku, kdy se ujmou mezi konzumenty a ti je následně začlení do svého každodenního života. Podíváme-li se na zkoumaný televizní seriál, ze své

podstaty přímo vybízí diváky, aby ho začlenili do svého režimu. Jedná se o seriál, tedy příběh, který je přerušen. Divák sleduje seriál v pravidelných sekvencích, jimž přizpůsobí svůj denní (týdenní) režim. Chce-li se dívat na další část, musí si vyhradit čas, v němž seriál běží, to znamená, že musí zrušit všechny činnosti, které by v tu chvíli měl nebo mohl vykonávat.³⁵ Aby diváci začlenili sledování seriálu do své každodennosti, musí pro ně být (seriál/produkt populární kultury) relevantní. Svým námětem, který aktuálně popisuje život skupiny lidí, kteří žijí v nově vystaveném satelitním městečku, se pro mnoho lidí stal přirozeně relevantním. Většina populace má totiž nějakou zkušenost se životem v satelitu – buď v něm sami žijí či plánují v něm žít, nebo někoho takového znají, nebo po tom sami touží.

Kromě námětu byl však relevantní i žánr seriálu, který má v českém prostředí jakýsi mytický charakter. To dokazuje nejenom bohatá tradice dlouhých či kratších seriálů, které byly vysílány od doby vzniku televizního média³⁶ v českých zemích, ale také terminologická jednoznačnost televizního příběhu na pokračování. Seriálem byl jak v laickém, tak odborném prostředí vždy televizní příběh na pokračování, který měl více než tři díly. Tato tradice jednotného názvu pro různé typy seriálových produktů kontrastuje podle Ireny Reifové (2002)³⁷ zejména s anglosaskou tradicí, která rozlišuje mezi seriály (*serial*) a sériemi (*series*), mezi mýdlovými operami, telenovelami, sitcomy, a mezi *‘day-time’ serials* a *‘prime-time’ serials* (seriály vysílané přes den, určené zejména ženám v domácnosti a seriály, určené pro hlavní vysílací čas po osmé hodině večer). Ani jeden z odlišujících termínů se v českém prostředí neuchytil, a to ani to nejzákladnější rozdělení seriálového příběhu na seriál a sérii, které v anglosaské tradici představuje jasné významové rozlišení narativní struktury jednotlivých částí příběhu. Zatímco série je sled relativně uzavřených epizod, které jsou propojeny pouze hlavním představitelem (příběhy jednotlivých epizod na sebe nenavazují, nejsou navzájem podmíněny ani ovlivněny), seriál je sled neuzavřených epizod, na jejichž konci je vždy ponechávám prostor, otazník, který

³⁵ Je třeba říci, že s rozvojem nových technologií se tato nutnost mění. Nyní si člověk může díl seriálu nahrát na video a přehrát si ho později. Kromě videa jsou i díky DVD přehravači diváci ve sledování televize nezávislejší. Mohou sledovat kdy chtějí a kolik chtějí. V jedné z reakcí diváků seriálu (viz. později) se například objevilo tvrzení, že se na serial divají jenom proto, že ho mohli v době nemoci sledovat najednou ve formátu DVD. V televizi by ho prý vůbec nesledoval. Vratíme-li se k tvrzení Fiskeho, diváci si stále musejí čas nutný pro sledování daného dílu vyhradit a venovat mu ho. Serial a jeho užití se tedy začlení do denního režimu diváka, čímž mu slovy Fiskeho připisuje význam a čerpá z jeho sledování prožitky. Zmiňovaný divák mohl například místo sledování seriálu provádět jinou činnost. Televizní příběh ho ale musel natolik zaujmout, aby v jeho sledování nepřestal a načerpal z něj určité slas i.

³⁶ Seznam všech vysílaných českých (československých) seriálů lze dohledat v knize Miloše Smetany *Televizní seriál a jeho paradoxy*.

³⁷ Zveřejněno na <http://www.reifova.info/>

vyústí v díle následujícím. Postavy příběhu jsou v každé epizodě stejné, zachyceny jsou jejich životní situace a problémy, které řeší. V sérii se kladné postavy nemění, zatímco padouši se v každé další epizodě mění. Naopak u seriálů zůstává zachován soubor kladných a záporných postav a v divákovi je pěstována iluze, že postavy pokračují ve svém životě i mimo seriál (McQuail, 1999, s. 273). Přestože je v české tradici televizních příběhů možné vysledovat oba typy seriálových příběhů, označovány byly vždy jako seriál.³⁸

Kromě jednolitého označení pro všechny verze příběhu na pokračování se mytizace seriálu v českém prostředí projevila také podle Reifové v tendenci umisťovat seriál vždy v hlavním vysílacím čase. Už od počátku tradice televizních seriálů neexistovalo rozlišení seriálu na denní a večerní, každý z nich byl tvořen s vizí večerního vysílacího času. Tato tradice je patrná i v současnosti, kdy jsou reprízované starší seriály i ty nově vzniklé uváděny většinou v hlavním vysílacím čase, převážně ve 20.00 hodin. Po záplavě zahraniční seriálové produkce, která přirozeně vyplynula z liberalizace politické i kulturní scény po roce 1989 a následného vzniku komerční stanice Nova, se televize v posledních letech navrací k tradici českého seriálu, a to nejen reprízováním již úspěšných seriálů z dob minulých, ale zejména tvorbou nových, neokoukaných seriálů, které reflektují současnou dobu. Na jednom programu se obvykle nasazoval jeden premiérový seriál v daném časovém období. Díky znovuobjevené tradici české seriálové produkce se však v současnosti objevuje na televizních obrazovkách mnoho seriálů, často ve stejnou dobu. Až donedávna to byl hlavní vysílací čas, ovšem s produkcí dalších a dalších seriálů dochází k přesunu z hlavního vysílacího času k pozdním odpoledním hodinám (např. *Ulice* běží už v 18:30).

Zaměříme-li se na obsah novodobých českých seriálů (vytvořených po roce 1993, jenž byl datem vzniku samostatné České republiky a České televize), zjistíme, že v každém seriálu je patrná snaha o maximální aktualizaci a znázornění problémů, s nimiž se česká společnost v daném období potýká. Jak ve své práci upozornila Irena Reifová, nejúspěšnější televizní seriály devadesátých let (z hlediska sledovanosti) se snažily reflektovat tehdejší problém „jak obstát v nových společenských podmínkách“ (s. 22). Všech pět nejsledovanějších seriálů (*Život na zámku* třetí a čtvrtá řada, *Šípková Růženka*, *Hotel Herbich*, *Ranč U Zelené sedmy*) bylo vystaveno na stejném příběhovém momentu – náhlého nabytí velkého bohatství na základě restitucí, které byly v devadesátých letech jedním z hlavních

³⁸ Termín série je v českém prostředí sice používán, ale v rozporu s jeho obsahovým významem z anglosaské tradice. Série byla používána pro dotáčky dalších epizod již úspěšného seriálu, např. k původním dílům seriálu *Život na zámku* vzniklo ještě několik dalších sérií. Tento termín později nahradil výraz „řada“.

společenských témat. Toto nečekané získání majetku bylo podle Reifové jakýmsi *českým snem* toho období – přijít k bohatství bez vlastního přičinění a tvrdé práce. Když tento narativní základ srovnáme s naším seriálem z prvních let následující dekády, je jasné, že hrdinové nečekané bohatství nezískávají (snad kromě jedné postavy – mladého Doskočila, který vlastní dům díky svému otci a jeho penězům z restitucí). Jejich majetek je naopak výsledkem dlouholeté práce a dřiny – ať už v pozici soukromých podnikatelů, úředníků, státních zaměstnanců či jiných profesí.

Ústředními postavami jsou členové rodiny Lukešových, kteří v seriálu ztělesňují typ lidí, kteří si v moderní české společnosti snaží vyplnit svůj sen³⁹ a začlenit se finančně i sociálně mezi bohaté sousedy v satelitním městečku (dům v satelitu si můžou dovolit díky finančním problémům developerské firmy, která byla nucena prodat dům za výrazně nižší cenu). Sledujeme jejich nesnadný boj s přetvářkou a přehlíživým snobismem některých penězi a luxusem infikovaných obyvatel satelitu. Postupně si však rodina za pomoci ‚dobrých‘ boháčů klestí cestu a jejich sociální (v návaznosti na finanční) postavení se stabilizuje. Toto znázornění sociálně slabší rodiny, která se ocitne ve světě bohatých, dokumentuje trend v současné české společnosti, kdy si sen bohatých může prostřednictvím různých půjček a hypoték splnit téměř každý, ale ne každý se začlení do světa bohatých bez komplikací, ztráty zdraví (Lukešová se stane závislou na antidepresivech a musí se jít léčit), popřípadě i ztráty vlastní důstojnosti a sebevědomí.

Dalším trendem oblíbených seriálů devadesátých let je podle Reifové absence rebelujících postav, nositelů antisystémových hodnot. Ani v seriálu *Místo nahoře* nenajdeme nějakou výrazně rebelující postavu, ale záblesky revolty můžeme zaznamenat téměř u každé z postav. To koresponduje s tendencí seriálu jako produktu populární kultury předkládat rezistentní ideologické náznaky, s nimiž pak čtenář nakládá po svém.

Většina mladých, kteří mají k rebelii většinou nejbližší, je v seriálu plně integrovaná do světa představ dospělých. V určitém okamžiku však vystupují a staví se do opozice. Martina Lukešová je poslušná dcera, která si občas nerozumí se svou matkou. I přes její nesouhlas si Martina později prosadí své nové zaměstnání v grafickém studiu. V pozdějších dílech si také uhájí všemi zavrhaný vztah se starším, ženatým novinářem Kadlecem. Milan je také poslušný syn - zaneprázdněného podnikatele Rokyty, kterému ale později vyčte mimomanželský poměr se svou spolužačkou Andreou. Na základě hádky pak Milan odjíždí do jiného města na vysokou školu a s otcem se dlouho nebaví. Živí se sám, ale žije

³⁹ V prvním díle shrnuje tyto pocity Věra Lukešová, když promlouvá k ostatním členům rodiny: „Tedy rodino, že takhle budeme jednou žít, to byl vždycky můj sen.“

v bytě, který mu jeho otec dal. Postava Andrey má k revoltě nejbližší – mezi svými spolužáky oblíbená a žádaná středoškolačka se zakouká do místního podnikatele Rokyty, s nímž nějakou dobu tajně chodí. Poté, co se s ní rozejde, zjišťuje, že je těhotná. Rozhodne si dítě nechat i přes Rokytyův nesouhlas. Začne chodit s mladým Doskočilem, kterého přesvědčí, že je otcem jejího dítěte. Později se vezmou. Andrea tak ‚oblafla‘ svou vlastní životní prohru – zůstává zaopatřena, nakonec i milována, navíc v těsné blízkosti biologického otce svého dítěte. Postava Kadlece je revoltující z podstaty profese, kterou znázorňuje, tedy investigativního novináře. Nepohrdá sice přízní podnikatele Rokyty, ale podle reprezentativních stereotypů plně dostává obecné představě nezaujatého investigativního žurnalisty. Jeho žena se cítí být díky jeho neutuchající novinářské energii a zaneprázdněnosti osamocena (zčásti na něj také žárlí), a proto se rozhodne ukázat svou rebelskou tvář a odjíždí na zahraniční stáž. S rebelujícími prvky bychom mohli pokračovat. Záměrem však bylo ukázat, že narozdíl od seriálů předešlé dekády (o komunistické etapě ani nemluvě) se v seriálu *Místo nahoře*⁴⁰ znaky revolty objevují, a jsou dokonce žádoucí pro vytváření opozičních významů, které jsou následně zdrojem slasti u různých diváckých skupin.

4. 3. Seriál jako žánr

V souvislosti s mytizací seriálu v českém prostředí je v této podkapitole věnován prostor žánru seriálu a jeho principům. V čem tkví atraktivita příběhů na pokračování? Proč je tento žánr ideální právě pro televizi a naopak v kinech by pravděpodobně neuspěl? Jaké textuální strategie používá, aby přiměl lidi k pravidelnému sledování?

Horace Newcomb tvrdil, že hlavními charakteristikami mýdlových oper je ‚intimita/důvěrnost‘ a ‚kontinuita‘ (Newcomb, 1974, s. 253 cit. v Creeber, 2001, s. 442). Podle něj má seriál stejnou podstatu jako soap opera, což umožňuje divákům daleko větší účast a identifikaci s životy a životními situacemi hrdinů. Právě kvůli těmto dvěma aspektům je seriál vhodný pro televizi. Díky své struktuře a flexibilitě má forma seriálu potenciál uplatnit několik různých narativních linek v rámci jedné epizody. Kombinace různých narácí, z nichž některé zůstanou otevřené pro další epizody, jiné budou vyřešeny a další

⁴⁰ A také v dalších seriálech vzniklých během posledních několika let, např. *Dobrá čtvrt'*, *Nemocnice na kraji města po dvaceti letech*, apod.

zůstanou navždy nedořešeny, propůjčuje seriálu jedinečný status mezi televizními produkty.

„Není divu, že podle některých kritiků je seriál přirozeným dědicem rozsáhlých viktoriánských románů a perfektním médiem pro jejich vizuální zpracování.“ (Creeber, s. 443)

Díky žánru seriálu mohly podle něj vzniknout velkolepé seriálové fikce, které přinášely zásadní společenské otázky nejširšímu publiku, např. *Kořeny (Roots)*⁴¹ (1977) nebo *Holokaust*⁴² (1978).

Seriál se řadí k otevřeným, nedokončeným textům (podobně jako prototyp nekonečných příběhů – soap opery), které dovolují svým čtenářům nejen produkovat vlastní významy, ale díky přerušeni ve vyprávění po každé epizodě dává seriál prostor o něm mluvit a předpovídat jeho další vývoj a zvrat. Tyto předpovědi jsou pak testovány a konfrontovány se samotným textem v průběhu další epizody. Kromě toho i sekundární texty přispívají k debatám o seriálu a jeho hrdinech, rozšiřují základní text o další postřehy, komentáře a poznámky, podporují čtenáře ve srovnávání seriálových postav se skutečnými herci a jejich životy (viz. dále).

Příběh i formát seriálu odkazuje k určitému vědění a znalostem (*knowledge*), o kterých předpokládá, že je čtenář má. Některé jsou přímo závislé na formátu sdělení, na sledovacích návycích a zkušenostech. Jiné jsou zase závislé na čtenářově zkušenosti s dalšími texty a jejich porozuměním. Další jsou zase odvozeny od ‚běžných znalostí‘ (*common sense knowledge*), které jsou specifické pro daný sociální a historický kontext. Sleduje-li divák seriál *Místo nahoře* a má-li z něho získat požitek, musí rozumět formátu seriálu: musí vědět, že příběh je přerušovaný po jednotlivých epizodách (obvykle v tom nejzajímavějším momentu), že příběh sleduje několik dějových linií. Dále musí vědět, že seriálový příběh je založen na několika ústředních postavách (či postavě), které celý děj posouvají. Musí postavy i jejich životní situace znát, aby porozuměl jejich jednání a celkovému vývoji příběhu, to znamená, že seriál musí pravidelně sledovat. V neposlední řadě musí chápat, nebo alespoň mít představu o tom, co je satelitní městečko a jak žijí jeho obyvatelé, co je to hypotéka a jaký stres je hrozba ztráty zaměstnání, co je tržní ekonomika, soukromý podnikatel, jaké je první zamilování, co je beznaděj, jak fungují společenské konvence, atd.

⁴¹ Poslední díl seriálu sledovalo 80 milionů lidí v USA (Creeber, s. 444).

⁴² Počet diváků na celém světě dosáhl 120 milionů (ibid.).

4. 3. 1. Místo nahoře – charakteristika dat

Seriál *Místo nahoře* vznikla na objednávku České televize, která za vedení generálního ředitele Jakuba Puchalského chtěla vytvořit „seriál ze současnosti pro celou rodinu“⁴³. Produkce přijala námět trojice mladých autorů – Marek Dobeš, Jiří Pavlovský a Štěpán Kopřiva – z prostředí satelitního městečka. Natáčení seriálu probíhalo během roku 2002. Režie se ujal Karel Smyczek, který do seriálových rolí obsadil mnoho známých a populárních herců⁴⁴.

Seriál *Místo nahoře* začala Česká televize vysílat na svém prvním programu v pondělí 5. dubna 2004 ve 20 hodin. Každé pondělí ve stejný čas mohli diváci sledovat další díly seriálu. Délka jednoho dílu byla přibližně 50 minut. Poslední – třináctý díl byl vysílán v pondělí 29. června 2004. S průměrnými 20,6% dospělých diváků byl seriál *Místo nahoře* jedním z nejsledovanějších pořadů týdne.⁴⁵ Díky atraktivitě námětu a divácké popularitě seriálu bylo rozhodnuto o jeho pokračování. Dalších 13 dílů však nevzniklo v produkci České televize, ale soukromé stanice Nova. Pod názvem *Místo v životě* by ho televize Nova měla vysílat v průběhu tohoto roku (2006).

Vzorek sekundárních textů obsahuje všechny novinové a časopisové články zmiňující se o seriálu *Místo nahoře* v období od uvedení prvního dílu, tedy od 6. dubna 2004 do konce srpna 2004⁴⁶. Jako terciární texty byly v této práci použity internetové ohlasy a reakce diváků na seriál⁴⁷. Posledním zdrojem dat byly osobní rozhovory s režisérem seriálu Karlem Smyczkem a jedním z autorů námětu Markem Dobešem⁴⁸.

4. 4. Usazování čtenáře aneb Vypočítavost Andrev a samolibost Doskočila jenom zdáním?

Se znalostmi, které autor populárního textu očekává u svého diváka/čtenáře, úzce souvisí otázka tzv. usazování čtenáře, tedy navádění čtenáře, jakou pozici čtení (subjektivitu) by

⁴³ viz. rozhovor s Markem Dobešem, příloha č. 4

⁴⁴ více informací viz. příloha č. 2

⁴⁵ Tabulka a více informací ke sledovanosti seriálu v podkapitole 4. 6.

⁴⁶ Články byly vybrány z databáze Newton.

⁴⁷ Z internetové adresy <http://www.csfid.cz/film.php?id=71598&podle=hodu&rec=&top=1&kom=1&limk=-1&limr>, také z internetové adresy České televize.

⁴⁸ Viz. přílohy č. 3 a 4

měl zaujmout, aby měl z konzumace textu co největší požitok a radost. Je jasné, že čtenáři s různým sociálním zázemím budou vybaveni požadovanými znalostmi různě a jejich čtení textu nebude pochopitelně zcela identické. Jejich čtení se bude lišit, ovšem text v mnoha případech jejich čtení usměrňuje svými užitými strategiemi a postupy. Jak text ‚usazuje‘ (*position*) své čtenáře? Jak podporuje své čtenáře vytvářet různé hypotézy a odhadovat další vývoj? Do jaké míry dovoluje různé interpretace?

Pro zodpovězení těchto otázek a ilustraci se zaměříme na konkrétní příběhovou linii, která se ovšem prolíná s dalšími. Jde o setkání a začínající vztah Andrey a klavíristy Doskočila. *Andrea je středoškolačka, která chodí s otcem jednoho ze svých spolužáků – podnikatelem Rokytou. Poté, co se s ní rozejde, Andrea zjistí, že je těhotná. Přestože na ni Rokyta naléhá, aby šla na potrat, Andrea je rozhodnutá si dítě nechat. Rokyta opouští ji i nenarozené dítě. Andrea ve chvíli, kdy je na dně, potkává Doskočila – mladého bohémského a milenkami obklopaného klavíristu, který svou neschopností přišel o šanci sólového vystoupení. Je také na dně a v tu chvíli se setkává s Andreou, kterou pozve k sobě domů. Při jejich setkání musí divák znát jejich situace, aby jejich jednání pochopil a mohl se do něj vcítit. Díky znalosti postav může také předpokládat vývoj příběhu. Může si například myslet, že Doskočil bude mít Andreu jako jednu z dalších milenek, které po chvíli odkopne. Divák očekává, jak se zachová zhrzená Andrea, která se ve světle předešlých dílů jeví jako chladná a vypočítavá.*

Příběh pokračuje dalším dnem po jejich setkání, kdy Andrea odešla z Doskočilova domu a nebere telefon (který si zapomněla u gynekologa). Doskočil ji celý den shání, protože cítí, že mu není úplně lhostejná. Když se na konci dílu objeví u něj doma, proběhne tento dialog, který celý díl ukončí:

Doskočil: „Jé, Andreo...“

Andrea: „Přišla tvoje blond’atá hlasová schránka, nebo jaks’ mi to říkal.“

Doskočil: „Já jsem strašně rád, že tě vidím.“

Andrea: „Jo, tak aby ti to vydrželo.... čekám s tebou dítě.“

Od počátku jejich setkání divák odhaduje, co se z toho vyvine. Tento poslední dialog dovádí divákovo očekávání do maximální intenzity. Najdou k sobě cestu dvě ztracené a nespokojené duše, nebo se Doskočil zachová jako Rokyta a pošle Andreu pryč? A jestliže zůstanou spolu, řekne mu Andrea pravdu o dítěti? Těmito otázkami a náznaky zaneprázdnňuje text své čtenáře, nabízí jim pozice, z nichž mohou text číst. K tomu přispívá i režie a střih záběrů, úhel kamery, hudba. Oba jsou zobrazováni v životním období, kdy jsou na dně. Doskočila nejdříve vidíme, jak utápí svůj žal v alkoholu, druhý den ráno pak

jako zanedbaného jedince, který doma nemá ani kousek jídla (detail plesnivého chleba, kterým se trefí do odpadkového koše, dojem ještě umocňuje). Andrea je také zoufalá, neupravenou ji ale nevidíme. Naopak je zobrazována v krátkých sukních a na vysokých podpatcích (čímž je čtenářům nabízeno vnímat ji jako sexuální objekt a prototyp žádané mladé ženy), její smutek a zoufalství nejsou zobrazovány jako neutuchající pláč a beznaděj (čímž na druhou stranu vyvrací dominantní ideologii), ale jako dlouhé bloumání ulicemi a parky, zamlklost v kolektivu přátel a závistné pohledy na zamilované dvojice. To vše ještě podtrhuje pomalejší, melancholická hudba, která diváka přímo ponouká k pocitu smutku a zklamání.

V následujících dílech je divák svědkem toho, jak k sobě postupně nacházejí cestu, přestože není úplně bez komplikací a vzájemných konfliktů. Navzdory tomu, že se životy Andrey i Doskočila zpočátku zdály jako rušivé elementy v dominantní kapitalistické ideologii, jejímž základem je šťastný rodinný vztah, v němž má každý svou jasnou roli, oba nakonec tuto představu splní. Přesto jsou v jejich příběhu ukryté náznaky rezistentního čtení, které přímo neodpovídá žádoucí dominantní ideologii. Andrea třeba nemá v plánu říct Doskočilovi pravdu o dítěti, čímž „převezla“ nejenom jeho, ale s ním i celý systém principů a společenských konvencí.

Text tedy aktivuje své čtenáře mnoha způsoby – odkazy do minulosti příběhu a postav, předvídáním dalšího vývoje postav a příběhu, poupravováním těchto předpovědí ve světle nových informací a situací, dozvídáním se nových faktů a informací, sledováním nových emocí a tužeb svých hrdinů, konfrontováním jejich situace se svou vlastní, atd. Tím vším je čtenář zván k aktivní účasti na vytváření významu textu, je chápán jako rovnocenný partner ve stále probíhající debatě a vyjednávání významu.

I podle **Davida Buckingham** (1987) nevnučuje text čtenáři jasnou a jedinou možnou interpretaci. Nekonečným výčtem různých významů ale podle něj také není. Svými strategiemi spíše nabízí určité vnímání textu, zve domýšlet to, co v něm nebylo řečeno. Kromě toho oplývá určitými strategiemi, kterými se snaží navádět čtenáře ke „správnému“ čtení. Za ty označil Buckingham narativitu, charaktery/postavy a diskurz.

Fiske akcentuje podobné strategie. Podle něj zase používá televize a její texty k usazování čtenářů kódy a jejich vzájemné vztahy. Kód charakterizuje jako systém znaků řídících se podle daných pravidel, které jsou všeobecně sdíleny členy určité kultury; tyto znaky jsou užívány k cirkulaci významů v rámci a pro danou kulturu (Fiske, 1987, s. 4). V následujícím schématu (ibid.) nastínil, jak tyto kódy televize používá.

Úroveň REALITY

- televize užívá *sociální kódy*, jako jsou: vzhled protagonistů, kostýmy, prostředí, chování, mluva, gesta, výraz, zvuk, apod.

Úroveň REPRESENTACE

- sociální kódy jsou dále zakódovány elektronicky prostřednictvím *technických kódů*, jako jsou: **kamera, světlo, sestřihání, hudba, zvuk**, apod.
- tyto technické kódy přenáší *konvenční reprezentační kódy*, které ovlivňují celkovou reprezentaci, např. **narativita, konflikt, postava, akce, dialog, obsazení, umístění**, apod.

Úroveň IDEOLOGIE

- tyto konvenční kódy jsou organizovány tak, aby byly společensky přijatelné, a to prostřednictvím *ideologických kódů*, jako jsou: **individualismus, patriarchát, rasa, třída, materialismus, kapitalismus**, apod.

Jako příklad ze seriálu *Místo nahoře* se zaměříme na scénu, kde se Rokyta rozchází s Andreou.

K uvedení do děje v prvním záběru slouží celkový pohled na hotel, ve kterém se obvykle scházejí. Před ním stojí Rokytovo auto. Je noc, svítí jenom nápis hotelu a okno nahoře. Strihem se ocitneme ve známém hotelovém pokoji, kde Andrea sedí na velké posteli a čeká na Rokyta. Když přijde, začne si ho fotit. On se rozčílí a začne fotky mazat s tím, že nechce udělat žádnou hloupost. Na to mu ona řekne, že do Prahy (kam spolu mají vyrazit na výlet) si ho ale vezme. Oba jsou v posteli.

Rokyta: „O tom jsem s tebou chtěl právě mluvit. Andreo, já nevím, jak ti to mám říct, ale já nemůžu.“

Andrea: „Jak to že nemůžeš? Žena ti snad na něco přišla?“

Rokyta se zvedá a odchází z postele, záběr kamery je zespoda (z pohledu Andrey).

Rokyta: „To ne, ale musím být s ní. Andreo, já už v tom nemůžu pokračovat.“

Dramatická pauza, Andrea sedí na posteli, pohled kamery je zezhora (z pohledu Rokyty).

Andrea: „Takže ty už se mnou nechceš být?“

Rokyta: „Užnej, když se rozejdeme, bude to přece pro tebe lepší.“

Andrea: „Jak ty můžeš vědět, co je pro mě lepší?!“

Rokyta: „Andrejko, to chceš žít takhle věčně? ... A já Lenku opustit nechci, je mi líto.“

Andrea: „Tak s lítostí běž někam!“

Rokyta si bere své věci a odchází, Andrea brečí na posteli a nadává sama sobě. Do toho zní známá hudba, která obvykle doprovází emocionálně vypjaté scény.

Úroveň reality se odráží kromě prostředí, kterým je skutečný hotel a pokoj, také ve vzhledu protagonistů. On jako podnikatel přijde rovnou z práce v obleku a s aktovkou; ona jako mladá a krásná dívka, která ho svedla hlavně vzhledem, je vyzývavě oblečená, sedí na posteli a čeká na něj. Díky této reprezentaci divák po celou dobu vnímá jejich sociální pozice. Tyto kódy jsou pak (v kritické situaci rozchodu) umocněny pohledem kamery, který se střídá v závislosti na tom, kdo zrovna mluví. Jednotlivé záběry jsou sestříhané po sobě, vždy vidíme pouze toho, kdo mluví, reakce toho druhého ve stejném momentu jsou kameře, a tedy divákovi skryty. Světlo je mírné, aby podpořilo intenzitu pocitu intimní atmosféry. Konec dialogu, který je emocionálně nejvyhrocenější, je podbarven pomalou hudbou, která sice nabourává dojem reality, ale umocňuje divákovy emoce. Scéna je založena na dialogu, ve kterém se řeší konflikt. Tato situace je ještě zvýrazněna pohybem postav, akcí – nejdříve dojde k „laškování“ s fotoaparátem, poté sedí oba dva na posteli, z níž se později Rokyta zvedne (z úhlu pohledu kamery přejde na druhou stranu), nakonec přejde pokoj, vezme si aktovku a odchází. Celá akce je pak podbarvena ideologií – Rokyta je ztělesněním patriarchy. V jedné rovině jako sexuální objekt pro mladou dívku, které z pozice „rozumnějšího, vyššího“ domlouvá a vysvětluje jí, co je pro ni dobré a správné. V druhé rovině je zobrazován jako manžel, který svoji manželku neopustí. Patriarchální ideologie je patrná i v Andreině zoufání a nadávání si po jeho odchodu.

Jak u Buckinghamových strategií textu, tak u Fiskeho televizních kódů je klíčová spolupráce a vzájemný propojený vztah všech aspektů vytvářející jasné, obecně přijímané významy, které ustanovují běžné porozumění světu a společnosti (*common sense of a society*).

Důležité je, v jakém sledu se dovídáme o postavách seriálu a jejich příběhu, jak jsou jednotlivé postavy seriálu zobrazovány ve vztahu k materiálním statkům⁴⁹, ve vztahu k ostatním, apod., jak se přeskakuje z jedné příběhové linie na druhou (nutné vybavovat si retrospektivně to, co se stalo). O postavách přemýšlíme v rámci „selského rozumu“, běžného vědění (*common sense*), tedy vnímáme situace a postavy ve světle představ, jak vypadá a jak se chová typická žena, muž, podnikatel, milenka, padouch, bohatá a chudá domácnost, apod. Tyto diskurzy, neboli sociální vědění, které je u čtenářů vyžadováno,

⁴⁹ Rozdíly sociálního a finančního postavení ročin Lukešových a Rokytových jsou zobrazeny nejenom vzhledem protagonistů, jejich oblečením, vybavením domu a zahrady, ne/vlastnictvím auta, tématy, o nichž se rodina baví, apod., ale také velmi explicitně prací kamery a střihu. V druhém díle jsme např. svědky scény, kdy rodina Rokytova zrovna večeří, blízkými záběry na jídlo a servis, v němž je podáváno, je všem jasné, že rodina netrpí chudobou. Vzápětí následuje strih a velký detail na obyčejný talíř s hromadou suchých topinek. Jsme v rodině Lukešových, která také právě večeří.

vytváří určité normy a stereotypy dobrého a špatného chování, ačkoli takto diametrálně zobrazovány nejsou. Zároveň také nejsou v textu indikovány přímo, spíše fungují jako pozadí pro konkrétní akce hrdinů a vývoj příběhu.

Pro další ilustraci jsou vybrány příklady, kde je přítomnost vyžadovaných znalostí přímou nezbytností, v seriálu *Místo nahoře* je to pracování s *komunitou a rodinou*. Obě prostředí svádí dohromady různé typy postav, a tak dává prostor vzniku nových vztahů. V obou také vzniká prostor pro vyjednávání různých sociálních nerovností. Tato vyjednávání jsou hlavním hybatelem příběhu (hlavní dějová linie sleduje přistěhování sociálně slabší rodiny mezi bohatší spoluobčany, což slibuje mnoho zápletek a situací). Potencionální hrozba komunity a rodiny vede v příběhu ke konfliktu, čímž urychluje tempo vyprávění a vede následně k rozřešení. Jednou z dějových linií je snaha komunity/občanů satelitu (i přes svoje rozpory, které dočasně umlčí společný nepřítel a zájem ho odstranit) zamezit těžbě v nedalekém lomu. Co se týče instituce rodiny, dá se říci, že příběh každé seriálové rodiny je posouván vpřed právě jejím ohrožením, ať už vnějším nebo vnitřním. Divákům je předkládán napjatý vztah Kadlece a jeho ženy, jehož ohrožení znamená pokaždé posun či zvrat ve vyprávění (nejdříve způsobí vztahová krize její odjezd na zahraniční stáž, jeho následné milostné aféry, později její návrat vyústí v rozchod manželů). Život rodiny Rokytových se točí kolem Rokyty a jeho milostných a podnikatelských afér. Lukešovi zase bojují kromě ztráty zaměstnání, milostných pokušení, generačních neshod, vážného úrazu mladší dcery také se závislostí Lukešové na lécích. Přestože jsou rodiny téměř neustále vystaveny nějakému ohrožení, společným úsilím vše nakonec překonávají (kromě Kadleců), protože rodina je ve světle dominantního diskurzu základem společnosti, který musí fungovat. Zobrazení komunity a rodiny v seriálu vyvolává obecnější představy o hodnotách komunity a rodiny v dnešním světě, kdy jsou obě společenství neustále vystavována útokům zevnitř i zvenku, z nichž některým dokáží čelit a jiným ne. Celá situace pak ústí v současnou krizi obou společenství, která je v seriálu naznačena (rozchodem Kadleců, rozpory mezi sousedy).

4. 5. Narativní kódy a veřejná tajemství aneb Odhalí Lukeš závislost své ženy na lécích?

Vraťme se k jedné z hlavních strategií, které text používá pro usazování a usměřování svého čtenáře, tedy k narativitě. K nejzásadnějším typům řadí přední kulturní teoretici

narativitu mytickou. V této oblasti je třeba zmínit vlivy konceptů mýtu zejména dvou teoretiků – Léviho-Starusse a Rolanda Barthesa.

Podle Léviho-Strausse je **mýtus** společenský mechanismus, který bere v potaz neřešitelné kulturní rozpory a nabízí způsoby, jak s nimi žít. Tyto rozpory jsou podle něj vyjádřeny zejména v tzv. *binárních opozicích*, jako jsou např. v nejabstraktnější formě dobro a zlo, hrdina a padouch, příroda a kultura apod. Tyto opozice jsou však natolik vyhraněné, že by to v mnoha případech funkci mýtu znemožnilo. Proto mýtus propůjčuje hrdinovi charakteristiky obou pólů. Například podnikatel Rokyta ztělesňuje nekompromisního podnikatele s nekalými praktikami, ale také podnikatele pozvedávajícího celou ekonomiku kraje; vzorného manžela a starostlivého otce, ale také nezodpovědného záletníka, který myslí jen na sebe.

Narozdíl od Lévi-Strausse, který chápe koncept mýtu jako homogenní konstrukt, vidí Barthes mýtus jako součást diskurzivní strategie dominantní třídy. Mýtus ospravedlňuje a naturalizuje zájmy vládnoucí třídy. Podle Barthesa by tedy seriál z hlediska mýtu kapitalistické společnosti podporoval pozici pracujícího člena vyšší střední třídy. Mýtus upřednostňuje sociální před individuálním, proto v nich hrají roli hrdinové, jejichž vývoj je archetypálním zobrazením jedince, který se postupně vyrovnává a začleňuje do společenského systému, hledá své místo a význam (i to by mohla být jedna z možných interpretací titulu seriálu, která se čtenáři/divákovi nabízí).

Podle Umberta Eca užívá producent textu daný kód, o němž předpokládá, že mu porozumí jeho čtenář. Jinými slovy užívá takový kód, který se čtenářem sdílí. Barthes definuje pět základních narativních kódů, jejichž výsledkem je tzv. *strukturace*. Tu definuje jako proces, během něhož je význam vepsán do narativity textu autorem i čtenářem. Máme-li definovat jakousi „univerzální narativitu, je to právě strukturace, v níž se autor i čtenář angažují stejnou měrou“⁵⁰ (cit. ve Fiske, s. 142). Na tomto místě se Barthes odklání od formální struktury textu a význam klade spíše na proces čtení-psaní a význam, který vzniká ze struktury textu a intertextuálních vztahů a souvislostí. Strukturu textu tedy vidí jako setkávání a křížení různých hlasů, které sdílí autor i čtenář. Tyto hlasy kategorizuje do pěti tzv. *narativních kódů*.

Symbolický kód zahrnuje základní binární opozice, které jsou klíčové v dané kultuře, jako například dobro/zlo, mužství/ženství, Západ/Východ, apod. Od těchto základních vztahů se pak odvíjí celá narativita textu. V seriálu *Místo nahoře* je jednou z těchto hlavních opozic

⁵⁰ Barthes, R. (1975) S/Z London: Cape

elita/bohatství vs. průměr/střední vrstva. **Sémický kód** (*semic code*) je ten, který konstruuje charakteristiku jedné postavy. Opakovaným přiřazováním podobných významů (v mluvě, oblékání, gestech, apod.) se postava stane stereotypem v dané kultuře. V textu se pak setkáváme s postavami typu dominantní, poroučející otec, revoltující syn, úzkostlivá matka, v našem seriálu např. také místní snobská drbna, zákeřný padouch, který podvede i svého ‚obchodního partnera‘ apod. Tyto postavy nejsou výsledkem narativity textu, ale kultury, v níž narativita vznikla a jejíž je součástí. Fungování kultury je nejčitelnější v **kódu referenčním**. Prostřednictvím referenčního kódu odkazuje text ‚mimo sebe‘, ke skutečnostem, které jsou kulturně determinovány. Skrze kulturní vědění konstruuje smysl reality. Tento kód nejvíce odpovídá hegemonii a její funkci ve společnosti. Přistupujeme na obraz reality vytvořený odkazováním ke společenskému vědění o konceptech, jako jsou morálka, politika, etika, právo, apod. Realita je tedy ‚produktem diskurzu‘ (O’Sullivan et. al, 1994, s. 259). **Kód akcí** (*code of actions*) se stejně jako referenční vyznačuje intertextuálními vztahy. Barthes tvrdí, že jakoukoli akci chápeme v souvislosti s naší zkušeností s podobnou akcí v jiném textu, narativitě. Osobní zkušenost jedince je jakýmsi nahromaděním dekodovacích postupů při setkání s kategoriemi jako smrt, krádež, zamilování, zrada, atd. Poslední kategorií je **kód hermeneutický**, který ustanovuje a rozplétá záhadu, tajemství příběhu, čímž se stává hlavním motivem a motorem příběhu. Definuje tempo narativity a množství informací, které jsou na daném místě vyprávění odhaleny, aby vše vedlo k rozluštění a vyústilo v katarzi. V některých okamžicích tempo zpomaluje, jinde ho zase urychluje. Forma přerušeno vyprávění/příběhu – seriál – jako přímé ztělesnění hermeneutického kódu se jeví jako velmi vhodný nástroj ke stupňování vzrušení a napětí ze zápletky. Konec každé epizody ztělesňuje napětí samo, neboť ukončuje danou příběhovou linii v tom nejkritičtějším momentu (např. 7. díl končí příchodem Andrey k Doskočilovi a oznámením, že s ním čeká dítě). K intenzitě napětí a odkazu na příští epizodu také velmi výrazně přispívá kamera. Každý díl v seriálu *Místo nahoře* obvykle končí velkým detailem na postavu, která řeší další problém, vzápětí kamera „švenkuje“ či odjíždí do širšího panoramatického záběru, který naznačuje dočasný odstup od příběhu.

Přesto Fiske upozorňuje, že příběhy na pokračování, jež jsou základní narativní formou televize, se od klasických uzavřených narativit liší. A to zejména tím, že množství zápletek a příběhových linií je zřídka kdy dovedeno k vyústění. Týká se to zejména soap oper a nekonečných příběhů, ovšem i v našem seriálu lze pozorovat vývoj zápletek a jejich

vyústění, které nemusí být konečné. Naopak zbývá spousta prostoru pro rozpracování nových zápletek a příběhových linií, na nichž je ostatně formát seriálu zcela závislý.

Hermeneutickým kódem se ve své práci zabýval i David Buckingham (1987). Ve své studii britské soap opery *EastEnders* zkoumal především to, jakým způsobem a jakými postupy získávají televizní příběhy na pokračování vysokou popularitu, jak přimějí diváky k aktivní participaci. Kromě náhlých přerušení na konci epizod, které slouží v hermeneutickém kódu ke zvyšování napětí a očekávání toho, jak celá situace skončí, také upozornil na fenomén divákům odhalených **tajemství**, jež jsou však postavám v příběhu skrytá. Divák tedy oplývá znalostí, kterou postavy nemají, a očekává, jak se zachovají, až jim bude informace odhalena. Narozdíl například od detektivních příběhů je divák postaven do pozice toho, „kdo ví“, a je na něm, jak s tím naloží. V detektivkách naopak nemá téměř žádný přístup k informacím, pouze takový, jaký má i ústřední postava příběhu, obvykle detektiv. Žádná privilegovaná znalost mu tedy dopřána není, divák je v tomto smyslu pasivní a musí čekat na rozřešení (Buckingham, 1987, s. 64). Soap opera (popřípadě seriál) je naopak založena na „tajemstvích, která jsou přístupná pouze těm vybraným, tedy jeho divákům“ (ibid.). V našem seriálu je to například znalost Rokytových kontaktů a smluv s podvodníkem Fírtem, které jsou v příběhu postavám skryty (přestože je některé z nich tuší), ale divákům jsou odhaleny v průběhu prvních dílů. Divák také ví o vztahu Rokyty s mladou Andreou. S napětím sleduje, jak se Rokyta chová k nic netušící manželce či jak lživě popírá podezření vlastního syna. Nebo postupně se vyvíjející a zhoršující závislost Lukešové na lécích, o které ví až do kritického momentu pouze divák. Kromě toho, že divák oplývá znalostí tajemství postav, také ví, která z postav tajemství zná či nezná, což mu dává nejenom pocit nadřazenosti, ale také pocit napětí, jak všechno dopadne.

4. 6. Realismus a uzavírání textu aneb *Tak to už v televizi i v životě bývá...*

S televizními kódy a textuálními strategiemi, jejich užitím a porozuměním je velmi úzce spjata otázka **realismu**. Realismus je charakterizován jako

„užití zástupných prostředků (znaků, zvyků, narativních struktur. apod.), které popisují a zobrazují fyzický, sociální a mravní vesmír, o němž se předpokládá, že existuje objektivně mimo tyto reprezentace, a který je proto považován za měřítko pravdivosti těchto reprezenací“ (O’Sullivan, s. 257).

Je-li pořad realistický, podle Fiskea to neznámá, že reprodukuje realitu, ale že reprodukuje dominantní pojetí reality (Fiske, 1987, s. 21). Realismus dává realitě smysl, a

to zejména tím, že každé spojení a vztah mezi jednotlivými elementy jsou jasné a logické, že narace se řídí danými pravidly příčiny a důsledku a že vše je zde obsaženo kvůli konečnému smyslu; nic není náhodné a nepotřebné (Fiske, s. 24).

Podle McQuaila závisí mediální realismus na

„určitém tváření se, že zobrazovaný obsah je ‚jako ze života‘, pokud ne přímo pravdivý v tom smyslu, že se zobrazované skutečně stalo. Realistická fikce závisí na víře, že by se popisované *mohlo* přihodit nebo se snad i přihodilo“. (McQuail, 1999, s. 274)

Kromě narativních technik zdůrazňující realismus, existují také techniky filmové. V první řadě jsou to přesné jakoby dokumentární popisy prostředí a souvislost vyprávění. V našem seriálu se popisovaný příběh natáčel ve skutečných (některých ještě kompletně nedokončených a nedovybavených) domech skutečného satelitního městečka, čímž seriál svou důvěryhodnost výrazně zvýšil. Klasickou stylistickou metodou realističnosti je zobrazení dialogu, v němž se záběr na obličej jedné postavy střídá se záběrem na druhou postavu, a to tak, aby byla vytvořena iluze, že divák je účastníkem hovoru.

Každý realismus je podle Fiskeho charakteristický tím, že je složen z ‚hierarchie diskurzů‘ (s. 25). To znamená, že v sobě obsahuje různé diskurzy, často v kontradikci, které jsou přímo rozlišitelné. Všechny je zaštiťuje ‚metadiskurz‘, který je nepsaný a tedy nevědomý, který nám předkládá pravdu a skrze něhož rozumíme ostatním obsaženým diskurzům. V televizi je tímto metadiskurzem televizní diskurz, pomocí něhož je příběh vyprávěn, realita zobrazována. Televizní diskurz je založen především na propracované práci kamery a střihu. Sledujeme-li dialog, kamera užívá vždy velký detail toho, kdo mluví, aniž by ten, ke komu mluví, byl ukázán. Přesto díky znalosti televizního metadiskurzu jako diváci víme, ke komu slova směřují. Protagonisté se nikdy nedívají přímo do kamery, přestože jsou střiženi ve velkém detailu. Tak bychom totiž byli identifikováni jako jeden z účastníků, čímž by nám byla odepřena nadřazenost televizního diskurzu, která je základem pro vykonávání dominantní ideologie. Kamera nám vždy nabízí úhel pohledu. Několik prvních dílů *Místa nahoře* například začíná vždy pohledem sezhora na satelitní městečko, který kromě toho, že divákům nabízí zmiňovaný pocit nadřazenosti, také přímo a doslova umisťuje diváky ‚nahoru‘, odkazuje k titulu seriálu.

V televizním diskurzu nám pak dávají smysl ostatní diskurzy např. padouchů, poctivců, žen, apod. Z této pozice je čtenáři představováno subjektivní zaujetí každého z diskurzů, a tím je mu nabízeno porozumění, že realita a pravda leží právě někde mezi. Jestliže čteme a rozumíme textu skrze tento metadiskurz, vykonáváme tak dominantní ideologii. Realismus

je podle Fiskea způsobem reprezentace, který šíří dominantní ideologii, činí ji přirozenou a danou; jako produkt reality a ne určité kultury.

Díky tomu je podle něj realismus, a tedy ideologie nezbytností každého populárního textu, narozdíl od ‚radikálního textu‘, který zpochybňuje dominantní ideologii a snaží se eliminovat její roli v produkování významu zejména tím, že odmítá dominantní konvence zobrazení reality. Má-li televize podle Fiskeho fungovat jako médium sociální změny, musí být ideologie, její konvence a metadiskurz přítomny, aby zde fungovaly jako rámce, v nichž jsou artikulovány diskurzy podřízených skupin. Jedině tak může být text progresivní. Přirovnává to k sociální změně v industriálních společnostech, která neprobíhá skrze revoluci, ale zejména prostřednictvím neustálého tlaku mezi zájmy mocných a podřízených, kteří se snaží získat moc změnou sociálních hodnot (s. 47).

Televizi můžeme nazvat realistickým médiem, protože má schopnost „přenášet ujišťující smysl reality, a to prostřednictvím diskurzivních konvencí a strategií“ (Fiske, s. 21). Jinými slovy realita není jakýsi univerzální objekt, který může být pouze reflektován, ale je to konstrukt, který my sami vytváříme. Prostřednictvím mediálního realismu rozumí čtenář také své skutečné sociální pozici a zkušenosti. Mediální realismus „naturalizuje stav věcí – vytváří zdání normálnosti, a tudíž nevyhnutelnosti“ (McQuail, s. 274). Realismus má tak tendence text spíše uzavírat, protože čím je zobrazení věrohodnější, tím těžší je pro čtenáře vytvářet určité alternativní významy v realitě, která se jeví jako daná, neměnná.

Smyslem reality a její konstrukcí se zabýval i Roland Barthes. Ve své práci, ze které čerpal i John Fiske, dosáhl destabilizace klasického přístupu k textu a k publiku, které, jak již bylo zmíněno, podle něj nejsou samostatnými a nezávislými entitami, ale na sobě závislými procesy, v nichž jsou konstruovány významy, a tedy i ‚realita‘. Texty podle něj fungují ve dvou základních dimenzích – intratextuálním a intertextuálním. Realismus pak není odrazem skutečnosti, ale odrazem již mnohokrát zobrazované skutečnosti (Fiske, s. 144). Fiske upozorňuje, že v tomto pojetí není intertextualita systém odkazů mezi specifickými texty, ale je to spíše sémiologický prostor mezi texty, k němuž se různé texty, autoři i čtenáři odvolávají ve více méně stejné míře, který ale aktivují různými způsoby (s. 144).

4. 7. Otevírání textu aneb „Proč nás ten scénárista tak hloupě napsal?“

Přestože má realismus tendence text spíše uzavírat, další charakteristický rys televize působí právě opačně. Kromě realističnosti patří mezi základní rysy televizní narativity čas

– reálný i televizní. Diváci jsou neustále nabádáni k rozpomínání na minulost, k prožívání přítomnosti a k předpovídání budoucnosti. Navíc rozdělení příběhu do několika částí (dílů) nabádá k tomu, že za týden ve stejnou hodinu zde budou naši hrdinové opět prožívat své životní osudy a čtenáři/diváci s nimi. Tento dojem neustálého očekávání budoucnosti podle Fiskeho zamezuje uzavřenosti televizní narativity. Právě neuzavřenost zvyšuje napětí a prezentuje ho, jako by se skutečně dělo právě teď. Hermeneutický kód je zde mnohem víc imperativní než např. ve filmu, diváci se snáze a více angažují do procesu čtení a aktivování významů.

V kontrastu s konceptem usazování čtenáře vypočítává a popisuje Fiske několik textuálních strategií (nástrojů), které naopak ustanovují jeho otevřenost. Kromě případů, kdy postavy v určitých momentech mluví samy o sobě jako o seriálových či filmových postavách (např. v seriálu *Moonlighting*), jmenoval další strategie.

IRONIE. Ironií je míněno tvrzení, výrok, který říká něco, ve skutečnosti ale znamená něco jiného (s. 85). Ironie jako rétorický nástroj implikuje navzájem si opačné významy. Čtenář dokáže rozpoznat oba významy i nadřazenost jednoho nad druhým. Ironie je v tomto smyslu součástí hierarchie diskurzů, skrze níž nabádá čtenáře zaujmout určitou pozici. V ironii však preferovaný význam nemá kategorickou podstatu, čtenář může velmi lehce přistoupit na opačný význam. V seriálu je například scéna, kdy Andrea stráví u Doskočila noc. Díky jeho opilosti k ničemu nedojde. Ráno, když Doskočil vstane, si nic nepamatuje, přesto Andree říká, že má tušení, že „asi něco bylo“. Po jejím přitakání se ptá, jaké to tedy bylo. Ona mu odpoví s přehnanou dikcí, že „skvělý, že si ještě nikdy takhle neužila“. Jeho výraz pak svědčí o tom, že ho odpověď uspokojila. Ve scéně divák rozeznává oba diskurzy, z nichž mu je skrze ironii nabízen k upřednostnění právě ten Andrein.

METAFORA. Je založena na velmi podobných principech jako ironie; jsou zde přítomné dva různé diskurzy, z nichž jeden je textem upřednostňován, ale ne vnucen. Metafora může demystifikovat zažitá konvence (např. ve vztazích mezi mužem a ženou), čímž se nabízí ke čtení jako kritika ideologie zakódované v daném momentu (s. 87).

VTIPY. Stejně jako ironie a metafora i vtipy fungují na bázi dvou vzájemně soupeřících diskurzů, u nichž není jasné, s kterým z nich se čtenář ztotožní (např. sexistické vtipy mohou fungovat jako potvrzení patriarchální ideologie u mužských čtenářů, nebo jako neschopnost mužů vyrovnat se se změnou genderových rolí a postavení u ženských čtenářů). V našem seriálu je podobná situace v mírnější podobě znázorněna ve scéně u Lukešů doma, kde Lukeš s Kadlecem popíjí a oba jsou už v dost podnapilém stavu. Lukešová ukončuje večírek slovy: „Už je čas jít domů, tedy pokud pan Kadlec u nás“

nechce zase bydlet“. Kadlec odpovídá: „Musím přiznat, že už jsem o tom i přemýšlel, ale jak jste přišla, tak jsem to vzdal.“

ROZPOR, protimluva (*contradiction*). Protimluva je dalším momentem, v němž text upozorňuje na svou polysémii. Kontradikce je pro Fiskeho dokonce zásadním nástrojem, má-li být televize populární, tedy má-li mít schopnost oslovovat a sloužit různým sociálním skupinám. Tento rozpor v populárních textech podle něj pouze reflektuje společnost jako strukturovaný systém různých, nerovnocenných skupin, které jsou často v konfliktu. Televizní texty se tedy mohou snažit v rámci ideologie kapitalistické společnosti omezit či úplně vytlačit konflikty a rozpory, ale paradoxně podle Fiskeho je to právě selhání tohoto úsilí, jež přináší televizním produktům popularitu.

PŘEVIS, nadbytek (*excess*). Fiske ho rozděluje na hyperbolu (přehnanost) a sémiotický převis (*semiotic excess*). Nadbytek jako hyperbola může být v různých momentech textu, např. přehnaný symbol, přehnaná dikce, přehnaná hudba, apod. V seriálu *Místo nahoře* je to mluva i chování obyvatelky satelitu Nesvadbové, které jsou očividně přehnané, čímž na sebe pokaždé upozorňují. Nese opět jak ideologický preferovaný význam, tak rozvratný význam. Slast je pak prožívána při uvědomění si obou významů. Sémiotický převis funguje podobně, ale není to charakteristika určitého segmentu textu, ale celého textu a celého média, tedy televize.

4. 8. Realismus vs. strukturalismus při čtení postav aneb Lukeš jako soused odvedle vs. Lukeš jako ztělesnění hodnot kapitalistického systému

Jedna z dalších výrazných charakteristik televizního (v tomto případě ale i filmového) textu je zobrazení postav a jejich časté splývání se skutečnými herci, kteří filmové či televizní postavy představují. Z produktů světové populární kultury je to například Sylvester Stallone alias Rocky, Sean Connery alias James Bond či Larry Hagman jako J. R. Ewing; v české produkci se téměř vymazaly rozdíly mezi Josefem Abrhámem alias doktorem Blažejem či Milošem Kopeckým jako doktorem Strossmayerem v populárním seriálu *Nemocnice na kraji města*. Podle Fiskeho je to u televize podmíněno zejména kontinuitou a dojmem „děje se tady a teď“, jež podněcuje diváky k vyšší míře aktivity a identifikaci herců s postavami. Toto smazávání mezi „reálným“ a reprezentací reálného má podle Fiskeho několik ideologických následků, které jsou rozlišeny podle dvou kontradiktivních paradigmat – *realismu* a *strukturalismu*. Realismus propůjčuje realitě objektivní status, tedy bere realitu

jako něco, co existuje nezávisle, a reprezentace je posuzována podle toho, jak moc se přibližuje dané realitě. Reprezentace je vnímána jako reflexivní, narozdíl od strukturalistického přístupu, který svým důrazem na diskurz považuje realitu spíše za produkt.

Na základě těchto dvou odlišných paradigmat pak čtenáři používají odlišné strategie čtení.

Realistická teorie předpokládá, že čtenář vnímá postavu jako skutečnou osobu. Na základě skutečných zkušeností přistupuje čtenář k postavě jako ke skutečnému člověku, který má svůj život i mimo text. Iluze reality je podle Fiskeho taková, jakou čtenáři připustí či jakou si přejí. Tento individualismus, důraz na jedinečnost jedince depolitizuje sociální problémy, odvádí pozornost a zabraňuje pochybnostem o stávajícím systému. Tímto nástrojem – jedince nacházejícího své konkrétní řešení k obecnějšímu sociálnímu problému – přispívá teorie realismu k „naturalizaci buržoazní ideologie“ (Fiske, s. 153). Takové čtení (ale i zakódování) lze sledovat i u režiséra seriálu, který klade důraz hlavně na postavy, na jejich uvěřitelnost, lidskost. „Já se nesnažím přijít na to, jak nejlíp udělat seriál, aby fungoval, spíš se snažím přiblížit těm lidem, o kterých to točím.“⁵¹

Strukturalismus naopak klade důraz na způsob reprezentace. Postava zde není vnímána jako skutečný člověk s vlastním životem, ale jako textuální nástroj konstruovaný diskurzem (stejně jako jakýkoli další textuální prostředek). Postava herce zde neslouží ke zpřítomnění jednotlivce, ale ke vtělení diskurzu a ideologie (s. 153). Postava musí být v tomto pojetí chápána jako systém textuálních a intertextuálních vztahů, z nichž nejvýraznějším je vztah postavy k ostatním hrdinům v textu. Postava podnikatele Rokyty je například konstruována vztahem k sousedům, k lidem v profesionálním životě – k „ňoumovi“ Jeřábkovi, k zákeřnému Fiřtovi, k podřízenému Lukešovi, k novináři Kadlecovi; dále také ve vztahu k oddané manželce, k zhrzené milence, k podezíravému synovi.

Tento přístup k postavě jako k textuálnímu nástroji zapadá do konceptu subjektu spíše než jednotlivce. V diskurzivním pojetí obsahuje postava určité kontradikce, stejně jako sociální pozice jednotlivých subjektů (například byla zmíněna postava Rokyty, který je zobrazován jako bezohledný, přes mrtvolu jdoucí podnikatel, na druhé straně také jako člověk, který pozvedá a hýbe regionální ekonomikou). Tyto rozpory mohou být v určitých momentech potlačeny, ale ne zcela. Jsou ukryty v postavě a čekají na reaktivaci.

Shrneme-li to v závěrečné tvrzení, můžeme říci, že realistické čtení nabádá čtenáře přijmout postavu jako skutečného jedince. Tuto textuální nabídku pravděpodobně přijmou

⁵¹ viz. rozhovor s Karlem Smyczkem, režisérem seriálu *Místo nahoře*, příloha č. 3

ti, kteří akceptují dominantní ideologii a její klíčový aspekt – individualismus. Naopak ti, kteří jsou k dominantní ideologii v opozici, budou text a postavy přijímat spíše jako vtělení sociálních principů a hodnot. Díky upřednostňování sociálního před individuálním pak diskurzivní čtení znemožňuje identifikaci s postavami (více o identifikaci viz. níže). Televizní zobrazení postav dovoluje jednu ze strategií čtení, popřípadě kombinaci či střídání obou v závislosti na sociální pozici čtenáře.

V následující tabulce je předvedeno diskurzivní čtení čtyř žen v seriálu. Tabulka zobrazuje strukturu hodnot postav Lukešové, Rokytové, Kadlecové, Cihlářové (tabulka podle předlohy: Fiske, s. 159).

charakterový znak	Kadlecová	Rokytová	Lukešová	Cihlářová
Pohlaví	žena	žena	žena	žena
Národnost	česká	česká	česká	česká
rasa ⁵²	běloška	běloška	běloška	běloška
Věk	třicátnice	třicátnice	čtyřicátnice (a více)	čtyřicátnice (a více)
Třída	střední	vyšší	nižší střední	vyšší střední
Peníze	dostatek	přebytek	nedostatek	dostatek
Zaměstnání	novinářka	nepracuje	vědecká pracovnice	úřednice
motivace v zaměstnání	ambice	žádná	uživení sebe a rodiny	uspokojení
odměna v zaměstnání	kariéra	nemá	prostředky na žítí	prostředky na žítí, kariéra
Domácnost	moderní	moderní (hlavní náplň)	nevybavená, ale udržovaná	útulná
typ ženy	emancipovaná	tradiční	zodpovědná, starostlivá	moderní, soběstačná
manželský stav	vdaná (později opuštěná)	vdaná (podváděná)	vdaná	vdova
rodičovský stav	bez dětí (děti nechce)	nevlastní syn (touží po vlastním)	dvě děti	bez dětí
vzhled	atraktivní	atraktivní	méně atraktivní	velmi atraktivní
styl oblékání	sportovní typ, dbá na sebe	typ dámy, dbá na sebe	typ matky, dbá o sebe méně	vyzývavá, osudová žena

⁵² Národnost a rasa jsou zde uváděny z toho důvodu, že i nepřítomnost rozdílů v rase a národnosti vypovídá a dostává dominantnímu diskurzu.

starost o druhé	ano, ale hlavně o sebe	ano, ale i o sebe	ano, především o to, co si druzí myslí	ano
vztah k druhým	sebestředná	„manželstředná“	starostlivá, úzkostlivá	férová

V tabulce je znázorněno diskurzivní čtení čtyř žen v seriálu jako vtělení sociálních hodnot a principů. Kategorie a jejich popis však nejsou konečně platné. Text nabízí čtenáři různé pozice čtení, které může zaujmout v závislosti na své vlastní sociální pozici. Stejně jako text je i čtení postav polysémi. Konkrétní postava je pouze sadou společenských hodnot, které se vztahují k hodnotám ostatních postav. Postava je pak vtělením ideologie. Například hodnoty, které představuje Rokytová, jako je oddanost manželovi, obstarávání všech členů rodiny a domu, touha po dítěti, žádné zaměstnání, atd., jsou vtělením patriarchální představy o ženě – manželce. Oproti tomu hodnoty postavy Kadlecové, konflikty s manželem, snaha o rovné příležitosti, profesionální uplatnění, ambice, kariéra, jež jsou upřednostněny před touhou po mateřství, jsou naopak vtělením ideologie a hodnot feminizmu.

Postavy jsou páteří příběhu. Tím, že představují vtělení sociálních principů a ponoukají dané ideologické čtení, a tedy primárně oslovují svého ‚vepsaného‘ čtenáře, naplňují funkci hlavních nástrojů ideologie, tedy interpelace a hailování (*hailing, interpellation*). Podle Fiskea interpelace označuje

„způsob, jakým určité použití diskurzu oslovuje svého adresáta. Jako odpověď ... mlčky akceptujeme definici ‚nás‘ v daném diskurzu, nebo přijmeme závislou pozici, kterou nám diskurz nabídne“ (Fiske, s. 53).

McQuail (s. 275) upozorňuje, že tento rys diskurzu je předně využíván v reklamě, do níž producenti reklamy promítají svou představu modelového konzumenta daného výrobku. Pak zvou své potenciální konzumenty, aby se v jejich představě rozpoznali. Takový postup lze vysledovat i v našem seriálu. Za modelového čtenáře/diváka lze považovat příslušníka rodiny ze střední či nižší sociální vrstvy (matka, otec či generace dětí), kterému je nabídnuto rozpoznání se v situaci, případně i chování rodiny Lukešových. S tímto charakteristickým rysem diskurzu velmi úzce souvisí otázka identifikace čtenáře s postavami příběhu, jež je spjata s jeho vlastní sociální pozicí a zkušeností se vztahem k dominantní třídě.

4. 9. Identifikace a implikace čtenářů – nabídnuté čtení maskulinity v seriálu *Místo nahore*

Jak již bylo řečeno, realismus je strategií čtení dominantní ideologie. Upřednostňováním individualistických významů potlačují významy socio-politické, čímž pěstují ve čtenáři konkrétní vztah k textu. Tento vztah nazývá Fiske **identifikací**. Podle něj byla identifikace vždy strategií čtení kapitalismu. Nedovolovala čtenářům odstup, naopak je ponoukala přímo prožívat reprezentované postavy a jejich činy jako skutečné. Nabádala diváky, aby prožívali jednotlivé činy a situace skrze zkušenosti jednotlivce spíše než v rámci socio-politického kontextu. Identifikace je tedy nástrojem statutu quo, stejně jako realismus.

Psychologická identifikace funguje na bázi projekce vlastních charakteristik na jiné objekty z důvodu lepšího porozumění. Kromě charakteristik jsou do postav projektovány i jedincovy touhy a představy o sobě samém; svou identitu dočasně vzdává ve prospěch identity konkrétní postavy. Postava se tak pro jedince stává naplněním jeho podvědomých, nesplněných tužeb a vizí, jako např. sláva, postavení, bohatství, suverénnost, atd. Identifikace na sebe často bere podobu představování si, jak by se choval čtenář, kdyby se ocitl v situaci postavy. Ještě aktivnější podobou identifikace je odhadování, jak budou postavy reagovat na konkrétní životní situace, které se jim dějí. Sledováním postav v různých životních situacích si divák vytváří vztah k dané postavě, definuje její osobnostní charakteristiky, díky nimž pak může odhadovat, jak se zachová v dalších situacích. Například v našem seriálu může divák odhadovat, jak se zachová Lukeš, až zjistí, že jeho manželka je závislá na lécích.

Fiske cituje několik případů, kdy diváci mluví o postavách jako o konkrétních lidech, kdy vnímají postavu i herce jako jednoho jedince, apod. Vyvrací, že by tito diváci/čtenáři byli zaslepeni realistickým čtením postav a jeho ideologickou propagací v sekundárních textech, ale naopak tvrdí, že čtenáři tak přispívají k intenzitě slasti a vlastních prožitků tím, že se rozhodli věřit reprezentaci postav jako skutečných jedinců (s. 172). Z reakcí diváků, které byly v této práci zkoumány, tato identifikace patrná nebyla. Mnoho z nich ale uvedlo, že příběh by se mohl stát (viz. později).

Implikace je proces identifikace, v němž čtenář vepíše vlastní identitu do postav v závislosti na tom, jak moc jsou mu postavy blízké (jak se mu líbí) a jak moc jsou pro něj reálné. Tyto tři aspekty jsou nedělitelně provázané v jednotném procesu čtení. Podle Buckinghama představuje každá z postav určité morální hodnoty a normy. Čtenář se tedy

identifikuje s těmi postavami, které jsou mu morálně blízké. Podle Fiskeho se čtenář rovněž implikuje do postav či do situací, které jsou mu známé a blízké. Tento proces je však dobrovolný, čtenář ho může kdykoli ukončit (např. zažívá-li postava situaci, která je čtenáři velmi nepříjemná). Na tomto místě připisuje Fiske čtenáři velkou svobodu v utváření vlastního vztahu k dané postavě, který podle něj není vepsán v textuálních strategiích, ale které má plně v rukou sám čtenář. V této moci utvářet svůj vztah k postavám a identifikaci s nimi leží základ slasti a prožitku z přijímání textů. Na tomto místě je třeba poukázat na tendenci, kterou prokázali někteří z diváků, kteří poukázali na oblíbenou postavu, ale ztotožňovali se spíše s jinou. Jeden čtenář například napsal, že jeho oblíbenou postavou byl Tomáš Hanák, ale ztotožňoval se spíše s postavou Milana. Dá se říct, že svojí identifikaci rozdělil mezi obě postavy – v postavě Milana se viděl takový, jaký je, a v postavě Rokyty se mohl vidět takový, jaký by chtěl být (úspěšný a žádaný muž, sebevědomý drsňák, který se umí rozhodnout).

Identifikace ideologická podmiňuje podle Althussera identifikaci psychologickou (Fiske, s. 177). Althusser odmítá tvrzení, že by psychologická identifikace byla aktivitou diváků. Naopak tvrdí, že je šířena jako strategie čtení diváků, jež je hluboce zakořeněna do fungování ideologie individualismu. Každou psychologickou identifikaci tedy předchází identifikace ideologická. Jinými slovy prožívá čtenář nejprve identifikaci s diskurzivní strukturou textu. To znamená, že např. koncepty bohatství a chudoby, či mužství a ženství odpovídají diskurzivní struktuře a porozumění čtenáře. Ukažme si to na znázornění maskulinity v seriálu. Koncept maskulinity určují tři hlavní kulturní produkty, které jsou: vztah k ženám, práce a manželství. Jak jsou zobrazeny tři hlavní mužské postavy v seriálu - Rokyta, Lukeš, Kadlec?

Přistoupíme-li na konvence patriarchální ideologie, chápeme Lukeše jako submisivnější typ ve srovnání s dvěma dalšími mužskými hrdiny a ve vztahu ke své dominantnější ženě Věře. Jeho identita „chlapa“ a hlavy rodiny je neustále ohrožována jeho nejistou pracovní pozicí a následnou ztrátou zaměstnání. Tuto krizi maskulinity si kompenzuje ve flirtování a počínajícím vztahu se svou bývalou zaměstnavatelkou. Protože je ale Lukeš zobrazován jako prototyp „správného chlapa“, který dodržuje morální principy (narozdíl od Rokyty i Kadlece), počínající vztah rychle ukončí. To se mu vzápětí vrátí; je odměněn tím, že z jeho dominantní a silné ženy se díky závislosti na lécích stává rázem klasický prototyp ženy vnímaný patriarchální optikou – tedy zranitelná, bezradná, závislá na mužově pomoci a ochraně. Toto převrácení rolí v jejich vztahu mnohonásobně umocňuje vyznění patriarchální ideologie; implikuje, že žena by se neměla pouštět tam, kam nepatří, protože

to může unést pouze silný jedinec, tedy muž. Znázornění rodiny Lukešových ve všech směrech vyznívá v tak, že v krizové situaci pouze muž dokáže problém vyřešit a žena se v tomto ohledu na něj musí spolehnout. Jakmile se pokusí řešit problémy sama, způsobí si ještě další problémy.

Stejně tak i Cihlářová projde v seriálu proměnou, která odpovídá ideologii patriarchátu. Z nezávislé, atraktivní vdovy se stává křehké a bezradné stvoření, které zoufale buší o pomoc u mužských dveří. Zpočátku si sice stále drží svou sílu a nezávislost, neřekne Kadlecovi, s nímž chodí, o své nemoci (rakovině), jen se s ním rozejde, bez dostatečného vysvětlení. Celá situace i vztah je plně pod její kontrolou. Ovšem jen do doby, než se Kadlec začne stýkat s Martinou Lukešovou a na Cihlářovou nemá čas. To je pak zobrazovaná jako bezradná žena, o jejíž společnost milovaný muž již nestojí, ani nemoc se neléčí, život ztrácí lesk a ona se rozhodne pro sebevraždu.

Vratíme-li se ale k zobrazení maskulinity v seriálu, je nutné zaměřit se na tři mužské hrdiny a jejich vztah k práci. Práce je v patriarchálním kapitalismu základním konstitutivním faktorem mužské identity. Díky práci je muž živitelem rodiny, čímž nabývá mocenské a rozhodující pozice v rodině. Na všech třech mužských hrdinech lze pozorovat, že práce je nutností pro zachování jejich pozice v rodině i společnosti. U každého je však vztah k práci modifikován situací v rodině, sociálním statutem, vztahem k ženě, k dětem apod. Lukeš pracuje, aby splácel hypotéku a uživil rodinu. Proto pracuje i jeho žena, později i dcera. Práce je pro ně prostředkem pro obživu a materiálního zabezpečení. Nepotřebuje ji ke své osobní realizaci, ale když získá lepší místo, jeho pozice v rodině se výrazně změní, i sám sebe začne vnímat v jiném světle (například jako sexuální objekt jiných žen). Kadlecova práce je samozřejmě také nutná k obživě a zabezpečení, daleko více je však zdůrazněn aspekt osobního uplatnění a seberealizace. Jako místní investigativní novinář získává prestižní sociální status, realizuje se v odhalování nepravostí a podvodů, vymezuje se vůči svému zakomplexovanému nadřízenému (později podřízenému) Janouchovi. Jeho žena také pracuje, její motivace je narozdíl od Lukešové jiná – touží stejně jako její manžel po uplatnění a realizaci. Rodinu upozadňuje, snaží se o profesionální postup. Jejich vztah je velmi poznamenán neustálým soupeřením, díky němuž později i zkrachuje. Poslední z hrdinů je podnikatel Rokyta, který žije prací ani ne tak proto, že by ho naplňovala, ale proto, jakou moc prostřednictvím své práce získává nejen doma, ale i ve společnosti. Rodinu finančně dostatečně zabezpečí, takže jeho žena nepracuje. Je na něm zcela závislá v oblasti finanční i osobní. On by se naopak cítil přímo ohrožen, kdyby jeho žena toužila po realizaci a uplatnění v práci.

Pro všechny tři muže je jejich status živelů rodin zdrojem moci. Zároveň však v patriarchální ideologii vytváří tato zodpovědnost jakési vězení, které popírá jejich mužství a svobodu. Toto omezení pak všichni tři kompenzují ve vztazích mimo rodinu (i když každý v jiné míře a podobě: Lukeš jen náznakem, Kadlec veřejně a s různými ženami, Rokyta tajně se spolužačkou svého syna).

Podle Fiskeho je tento dominantní koncept maskulinity nástrojem kapitalismu. Nejistý základ maskulinity musí být neustále znovu nabýván, zejména v očích ostatních. Motivuje muže k práci a dalšímu růstu. Zjistí-li, že v práci nedosahuje, čeho by chtěl, přesto pokračuje kvůli svým blízkým, které musí v rámci konceptu jako muž živit (s. 210). Kromě toho koncept maskulinity utváří představu, že muž musí být schopen vypořádat se s každou situací. V tomto pojetí je maskulinita synonymem nadlidskosti, tedy nedosažitelnosti. Tuto propast mezi skutečnými podmínkami a ideologickou konstrukcí maskulinity kapitalismus potřebuje hlavně proto, aby zachoval motivaci mužů dosáhnout dalších úspěchů a naplnění své mužské role. Neboť vývoj a pokrok, snaha jít vpřed (*progress*) je hnací silou kapitalismu.

4. 10. Vizuální vs. textuální slast

Patriarchální ideologie se projevuje nejenom v pojetí a reprezentaci maskulinity, ale velmi výrazně také v pojetí žensství, které je neoddělitelně spjato s konceptem slasti a prožitku. Podle Laury Mulvey (1975) je slast **odměnou** divákovi za preferenční čtení textu, je to hlavní hegemonický činitel (*agent*). Ve svém konceptu vychází z Freudovy teorie voyerismu, ze slasti a moci se dívat. Filmová produkce tím, že je založena na slasti z dívání se na ženské tělo, produkuje mužské subjekty čtení. Tato slast z uspokojení voyeristické touhy podle Mulveyové perfektně zapadá do dominantní patriarchální ideologie. Přestože svou teorii založila zejména na produkci filmové, lze velmi dobře zaznamenat i v televizních sděleních⁵³. V našem seriálu lze také sledovat reprezentaci ženského těla jako objektu mužské touhy a vlastnictví. Martina např. při svém prvním setkání s Kadlecem (v prvním díle) je oblečena pouze ve spodním prádle. Andrea (mladá milenka Rokyty) je v několika záběrech také pouze ve spodním prádle, ještě častěji je úplně nahá.

⁵³ Zejména v televizních reklamách na kosmetické přípravky, v nichž je divákům expresivně předkládáno ženské tělo a sexualita.

Jako objekty mužské touhy se však objevují pouze ty typy žen, které jsou patriarchální ideologií považovány za atraktivní. Proto jen zřídka to jsou obézní, staré či těhotné ženy. V našem seriálu je to ale právě Andrea, hlavní objekt mužské touhy, která otěhotní a v pozdějších dílech je zachycena změna v konstituci jejího těla. Tyto momenty lze chápat jako náznak rezistence a opozice. Pohled na ženské tělo může vyvolávat dojem vlastnictví a moci. Je-li však žena těhotná, pocit vlastnictví a moci už nefunguje stejným způsobem. Podle Mulveyové však tyto náznaky fungují pouze v malých fragmentech, celkově nedovoluje patriarchální ideologie žádnou rezistenci či možnost vytvářet vlastní významy, přesněji řečeno nedovoluje získat žádnou slast a prožitek z této rezistence a vlastních významů.

Fiske se však spíše kloní k aktivnějšímu pojetí slasti a prožitků a tvrdí, že různé prožitky závisí na různých sociálních pozicích čtenářů. Pro ty, kteří snadněji přistoupí na kód dominantní ideologie, budou jejich prožitky založeny na přizpůsobivosti a zpátečnickosti, ale budou stále prožívány jako ‚mnou vytvořeny‘. Subjekt bude toho domnění, že dobrovolně zaujal tu pozici, která náhodou odpovídá dominantní ideologii, a to bude zdrojem jeho prožitků. Tento princip je pak podle Fiskeho motorem hegemonie (Fiske, s. 234). Pro ty, kteří nepřistoupí na dominantní ideologii, je základním aspektem slasti a prožitku únik, popřípadě vyjednávání s postupy dominantní ideologie. Jejich přístupy pak otevírají prostor pro různé subkultury, které definují své slasti a prožitky v souvislosti s jejich vztahem k dominantní ideologii. Základním faktorem jejich vztahu je radost a moc ‚být odlišný‘ (s. 234).

Prožitek ze sledování televizních sdělení tedy podle Fiskeho není dán snadným přijetím ideologických významů pozic subjektů. Televizní sdělení jsou podle něj populární zejména proto, že v sobě ukrývají síly uzavírání a otevírání textu, které umožňují čtenáři vytvářet pro něj relevantní významy. Televize umožňuje čtenářům používat principy toho, co Fiske nazval ‚sémiotickou demokracií‘ (s. 239), tedy otevírání diskurzivních postupů vůli čtenáře. Díky tomu, že je televize tzv. *producerly* médium, má producent i čtenář stejnou diskurzivní moc ‚vytvářet významy, a tedy vědomí světa‘ (ibid.). Fiske tvrdí, že díky tomuto rysu (*producerly*) se čtenáři dostávají dvě formy prožitku: první je slast z produkování subkulturně relevantních významů, druhá pak je slast ze samotného procesu vytváření významů. Tato slast a moc v produkování významů, v ucasti na způsobu reprezentace a v pohrávání si se sémiotickým procesem ze strany čtenáře je podle něj klíčem k porozumění popularity televize (ibid.).

Závěrem své práce Fiske shrnuje svůj hlavní argument, ke kterému se mnohokrát vrací, upřesňuje a opakuje:

„Aby byl text populární u různorodých publik, jejichž sociální pozice se liší od té ideologické, musí obsahovat kontradikce, mezery a protiváhu. Jeho narativní struktura a hierarchie diskurzů může usilovat o výsledné vnímání ve prospěch dominantní ideologie, ale různé momenty čtení mohou odhalit skutečnost, že toto dominantní čtení je křehčí, než by se ve světle tradiční textuální analýzy mohlo zdát.“⁵⁴ (Fiske, s. 321)

4. 11. Představa publika v myslech tvůrců populárního produktu

John Tulloch se vrací k Alasuutariho pojetí výzkumů publik jako tří generací a výzkumů a tvrdí, že k porozumění publika ve smyslu třetí generace potřebujeme kromě etnografie publika, která byla charakteristikou druhé generace, také etnografii produkce.

„Protože to je prostor, kde je implicitní (*implied*) publikum ‚prováděno‘ (*practised*), jako subjektivně reflexivní proces v rámci soutěžení různých rétorik a intertextů v každodenních rutinách televizních profesionálů“ (Tulloch cit. v Alasuutari, 1999, s. 153).

Představa publika je neustále přítomna v každodenních praktikách televizních profesionálů. Přemýšlí o tom, pro koho daný pořad vytváří. Scénárista seriálu *Místo nahoře* připouští, že „člověk samozřejmě přemýšlí, komu je ten seriál určený. My jsme potřebovali zaujmout celou rodinu, od toho se odvíjelo naše uvažování, jak seriál napsat“⁵⁵. Kromě toho také uvedl, že jako autoři scénáře s vidinou oslovit co nejširší publikum velmi pečlivě studovali odborné knihy o struktuře a principech seriálu, také analyzovali seriály, které prokázaly divácký úspěch. I režisér seriálu, přestože ne tak explicitně jako scénárista, vnímá, že seriál je někomu určený. Konkrétní představu svého diváka nemá, ale ví o něm: „Já vycházím z toho, že jsem natolik normální, že to, co zajímá mě, by mohlo zajímat i určitý okruh jiných lidí“⁵⁶.

⁵⁴ „In order for the text to be popular amongst audiences whose social position produces a sense of difference from that ideology, it must contain contradictions, gaps and traces of counter-ideologies. Its narrative structure and hierarchization of discourses may attempt to produce a resolution in favour of the dominant, but various moments of reading can reveal this resolution to be much more fragile than traditional textual analysis would suppose it to be.“

⁵⁵ viz. rozhovor s Markem Dobešem, autorem námětu seriálu *Místo nahoře*, příloha č. 4

⁵⁶ viz. příloha č. 3

Výsledkem této vzájemné interakce autora a publika je to, co Bachtin⁵⁷ nazval *living utterance* (in Alasuutari, s. 154). Tento **žitý výrok** se formuje v konkrétním historicko-sociálním okamžiku a stává se součástí celospolečenského dialogu, v němž jsou obsaženy všechny minulé i současné ideologické náznaky a zkušenosti, které se dále průběžně vyvíjejí. Národní i globální politika je například ovlivněna scénáristy a producenty mýdlových oper, které formulují určité sociální otázky a nastolují problémy. V rozhovoru například zazní, že je možné říci, že v seriálu funguje určitý sociální tlak, který „v době seriálu byl ještě větší, například nezaměstnanost byla mnohem vyšší než je teď“.⁵⁸ Proces funguje i opačně, kdy se tvůrci fiktivních programů nechají ovlivnit současnými mediálními tématy. Všechny tyto aspekty se stávají součástí jakéhosi obecného povědomí, které nás dále ovlivňuje v přístupu a užívání médií i textů populární kultury. Toto vzájemné ovlivňování je vystopovatelné i v jedné z odpovědí scénáristy seriálu, v níž říká:

„V normálním životě nemám ve svém příbuzenstvu, mezi kamarády a známými nikoho, kdo by bojoval s takovou závislostí na lécích, že to může poškodit jeho mozek. Mezi známými mám lidi, kteří spolupracují s lidmi s ‚mafianskými‘ praktikami, ale neznám nikoho, kdo by dal zapálit někomu auto, aby prosadil svůj podnikatelský záměr, apod. Ovšem jsem přesvědčený o tom, že to všechno se u nás děje. Vezměte si orlické vraždy, Krejčíř má doma žraloka a podivnými způsoby utíká policii, atd.“⁵⁹

Analyzujeme-li populární text (v tomto případě seriál *Místo nahoře*), nezaměřujeme se pouze na interpretaci významů daných epizod, ale je třeba soustředit se také na celkový kontext, jaká další témata a diskuse vyvolává sledování seriálu a následné debatování. Z této perspektivy pak sledujeme daný text jako společenské téma a hledáme odpověď na otázky, jaké problémy pořad evokuje, jakým způsobem jsou tato témata ve společnosti diskutována a kým, jakým způsobem a kdy se lidé odvolávají na daný pořad v každodenním životě, jaké jsou různé úhly pohledu a pozice v rámci diskurzu kolem pořadu, apod. V našem případě je text nejčastěji diskutován autory sekundárních textů, které se na ten primární přímo odvolávají, interpretují ho, komentují a hodnotí. Kromě míry realističnosti a hereckých výkonů, které jsou jejich nejčastějšími body, se některé pouští do širších společensko-kulturních debat, např. kritiky fenoménu satelitních městeček (viz. později) nebo kritiky nízkého financování českých televizních projektů, apod. Kromě toho je text diskutován jeho čtenáři/diváky, v podobě ústních debat a

⁵⁷ Bakhtin, M. (1984) *Problems of Dostoevsky's Poetics*, (ed.) Emerson, C., Manchester: Manchester University Press

⁵⁸ viz. příloha č. 4

⁵⁹ *ibid.*

rozhovorů, ale také ve formě diskuzí a hodnocení na internetu či dopisů reagující na některý ze sekundárních textů.

Podle Tullocha je třeba vidět představu publika určitého pořadu populární televize v souvislosti s její komerční podstatou (s. 154). V případě seriálu *Místo nahoře* šlo o projekt veřejnoprávní televize, která by ze své podstaty měla ke svému publiku přistupovat jako k poplatníkům koncesionářských poplatků. Naproti tomu komerční televize vidí své publikum jako komoditu určenou pro inzerenty, čemuž své produkty a obsah následně přizpůsobuje. Případ seriálu *Místo nahoře* je zajímavý mimo jiné i tím, že vznikl pro veřejnoprávní televizi, pokračování úspěšného seriálu ale přebrala televize komerční. Na otázku změnil-li se styl práce a přístup k publiku (při práci na druhé řadě seriálu, která vznikala pro Novu), odpověděl scénárista, že

„moje práce se změnila v tom, že oni věděli naprosto přesně, pro koho ten seriál chtějí. Ukázali mi sledovanost první sady, ze které vyšlo, že seriál sledovali více středoškoláci a vysokoškoláci, a řekli mi, že je třeba příběh směřovat více k divákům se základním vzděláním. Ve výsledku to znamenalo, že první dva díly, které jsme psali ještě pro veřejnoprávní televizi, jsme celé přepsali. Na konkrétní scény si už nevzpomínám, ale celkově vzato byl víc zdůrazněn motiv červené knihovny. Předtím šlo o realističtější pojetí příběhu, byl to víc otisk života. Potom to byla víc pohádka. Ale to je právě způsob, jak získat publikum, jaké chce Nova.“⁶⁰

Tento komerční rámec podle Tullocha není jediný, jehož principy se autor řídí. Mýdlové opery či seriály jsou ze své podstaty založeny na příbězích, jejichž inspiraci hledají tvůrci většinou v konkrétních sociálních otázkách a problémech (v soap operách je to třeba otázka AIDS či drogové závislosti a mnoha dalších). V této souvislosti je vytváření příběhu/pořadu ovlivněno morálními intencemi zobrazovat a předkládat publiku správné řešení modelových problémových situací. V seriálu *Místo nahoře* se například Věra Lukešová potýká se závislostí na lécích. Ústy a činy jejího manžela je pak k publiku předkládáno, jak se v takové situaci zachovat.

Podle posledních výzkumů (Tulloch in Alasuutari, s. 172) lze konstatovat, že divácká obliba soap oper a seriálů se posouvá směrem k realističnosti. Zdaleka už to nejsou jenom „sentimentální“ příběhy lidí a jejich vztahů, co diváky přitahuje. Daleko větší důraz nyní kladou na dostatečné realistické znázornění sociálních problémů a situací, které jsou obsahem jednotlivých příběhových linií. Seriál *Místo nahoře* se vyznačuje vysokou realističností. K tomu se ostatně odkazuje spousta autorů sekundárních textů a výrazná většina lidí, jejichž reakce na internetu byly pro potřeby této práce zkoumány.

⁶⁰ Viz. příloha č. 4

Kromě reprezentace (exteriéry, nově vystavené satelitní městečko, nedodělané zahrady a nedovybavené domy, apod.: také výkony herců) je realistický celý příběh. Například zmiňovaná postava Věra Lukešová a její závislost na lécích vznikla z dosti realistické situace rodiny, která finančně nezvládá svou současnou situaci. Navíc díky svému zaměstnání ve farmaceutické laboratoři měla k lékům snadný přístup. Také její léčba a pobyt na psychiatrii je zobrazen věrohodně. V souvislosti s její utkvělou představou a obavou z toho, co si pomyslí ostatní, je pod neustálým psychickým tlakem, který částečně opadá poté, co uvidí sousedku Cihlářovou odcházející z onkologie.

K závislosti Lukešové na lécích dodává scénárista seriálu, že to je klasické naplnění seriálového **klišé**.

„Motiv závislosti Lukešové na práscích je typické seriálové klišé. V každém ženském seriálu má dříve nebo později hrdinka problémy s alkoholem, podpůrnými léky, atd. V různých podobách se tento motiv neustále opakuje“.⁶¹

4. 4. 1. Intertextualita aneb dohoda žánru platí na obou stranách

Každý text je vždy vnímán a čten ve vztahu k ostatním textům a do procesu dekodování jsou vnášeny další textuální zkušenosti. Tyto intertextuální znalosti nabádají čtenáře, aby „aktivoval text určitým způsobem, tedy aby upřednostnil určité významy nad ostatními“ (Fiske, s. 108). Fiske rozlišuje intertextualitu na *horizontální* (odkazy na další primární texty, většinou ve smyslu žánru, postavy nebo obsahu) a *vertikální* (vztah primárního textu – např. televizního produktu – a sekundárních či terciárních textů – novinářské články, kritiky, reakce a konverzace diváků).

Kromě běžných intertextuálních odkazů jednotlivých tvrzení⁶² či scén řadí Fiske mezi hlavní horizontální intertextualitu **žánr**. Žánry tedy předurčují jak text, tak jeho čtení.

Protože žánry

„formují síť industriálních, ideologických a institucionálních konvencí, které jsou stejně zasazené do producentovy strategie při vytváření textu a divákova čtení“ (s. 111).

Žánr čtenářům objasňuje, jaké slasti mohou v produktu očekávat, čímž aktivují čtenářovo rozpomenutí se na podobné texty. Z těchto tvrzení vyplývá, že žánr je

⁶¹ viz. příloha č. 3

⁶² Ve druhém díle například jsme svědky přátelské seslosti tří sousedů ze satelitu (Kadlece, Lukeše a policisty Šrédra). Když všichni ve značně podnapilém stavu nastupují do policejního auta, aby je odvezlo domů, prohodí Šrédr: „Na Plzeň, Vávro. na Plzeň!“.

součástí textuálních strategií, kterými se televize snaží omezit svou polysémii. Citujíc Hartleyho⁶³ Fiske tvrdí, že

„potenciální slasti diváků jsou regulovány žánry, které pomáhají rozpoznání a přijetí již známých reakcí a pravidel účasti. Divák nemá posuzovat, zda je western dostatečně muzikální, nebo zda by v sitcomu nemělo být víc erotiky. Taková je ‚dohoda‘ žánru“ (s. 114).

Vertikální intertextualita funguje podle Fiskeho jako vztah primárního textu s dalšími texty, které k původnímu textu přímo odkazují. Tyto sekundární texty šíří a přispívají k cirkulaci vybraných významů primárních textů. Vertikální intertextualita narozdíl od té horizontální naopak zdůrazňuje polysémický potenciál televize, který je různými způsoby mobilizován. Skrze sekundární texty jsou čtenáři předkládány významy, které přímo nekorespondují s jeho sociální pozicí, ale které mohou ovlivnit jeho čtení. Sekundární texty mohou aktivovat určité významy a jiné zase upozadit.

4. 12. Sekundární texty – Místo nahoře v novinách a časopisech

Fiske tvrdí, že mnoho sekundárních textů propaguje a šíří realistickou strategii čtení (s. 164). Zdůrazňují a neustále zpovídají herce, jak se ztotožnili s hranou postavou, zda je jim blízká, co mají s postavou společného apod. (viz. články, diskuze nad rolí, její vývoj, atd.). Toto rozebírání postavy a důraz na její psychologii zamezuje vnímání její textuality (Fiske, s. 165).

Většina sekundárních textů podle Fiskeho propaguje dominantní realistické čtení, protože i strategie čtení i sekundární texty jsou produkty dominantní ideologie. Neboť je to v zájmu dominantní ideologie a statutu quo, aby byl text přijímán v relacích realistického čtení, tedy jako příběhy obyčejných individualit. Tím totiž sociální systém dokáže uniknout pochybnostem a protestům a dostává se do prostoru individuálního řešení problému. Důraz na psychologii postavy je podle Fiskeho ze své podstaty buržoazní (s. 168). V seriálu *Místo nahoře* je stále akcentována psychologie postav. Ústřední rodina Lukešových je neustále zobrazovaná v určitých situacích, ve kterých se nějak chová a něco prožívá. Náznak toho, co je příčinou jejich sociální situace, zdravotních a jiných problémů v širším kontextu společnosti, zde chybí. Cílem je

⁶³ Hartley, J. (1985) *Invisible Fictions. Television Audiences and Regimes of Pleasure*, unpublished paper, Murdoch University: Perth, WA. s. 18

směřovat čtenářovu pozornost na konkrétní postavy a jejich psychické rozpoložení a odvádět ho od otázek sociálního systému a jeho fungování. Také režisérův důrazný akcent na psychologii a vývoj postav (v rozhovoru o seriálu) tak může naznačovat, že z pozice kdy přijal dominantní ideologii, pravděpodobně ani podvědomě nepřipouští, že textuální charakter seriálových postav může představovat a představuje různé morální a sociální principy, s nimiž se čtenáři mohou identifikovat a skrze něž jsou vyzýváni, aby si ujasnili porozumění světa, v němž žijí.

V návaznosti na tzv. usazování čtenáře/subjektu (*positioning the subject*) lze říci, že seriál/text nám nabízí určitou sociální pozici čtení, z které textu nejsnáze a bez problémů porozumíme, čímž dosáhneme slasti a prožitku ze „správného čtení“.

Ta „správná“ sociální pozice seriálu *Místa nahoře* by byla pozice příslušníka vyšší, bohatší vrstvy, pravděpodobně muže středního věku. Takový čtenář by pravděpodobně prokazoval preferenční čtení textu. K tomu, aby čtení textu doprovázely prožitek a slast, není třeba číst ho pouze preferenčně, tedy v souladu s dominantním významem v textu. Čtenář se může ztotožnit s rodinou ze slabších sociálních poměrů a v rámci vyjednávacího kódu může soucítit s rodinnou situací, avšak nesouhlasit s tím, jak jsou v nastaveném systému zranitelní. Nakonec však postavy v seriálu i čtenář přijme fakt, že tak to v naší společnosti chodí. V neposlední řadě lze zaujmout zcela opoziční stanovisko, kdy čtenář může fandit drsnému Rokytovi nebo padouchovi Fiřtovi, nebo může odsuzovat život bohatých, vysmívat se idealistické představě investigativního novináře, atd.

Podle Fiskeho existuje jen málo těch, kteří přijímají text v čistě opozičních či referenčních kódech. Většina čtenářů provádí vyjednávací čtení, během něhož se ztotožňuje s dominantní ideologií textu, ale v konkrétních momentech přizpůsobují porozumění textu vlastní sociální pozici. Fiske upozorňuje na nástrahy textuálního determinismu, který vidí subjekt pouze jako textuálně konstruovaný. Je ale nutné si uvědomit, že subjekt je konstruován nejen textem a jeho strategiemi, ale zejména sociálně, vlastní zkušeností čtenáře a jeho prožitků světa. V tomto bodě se Fiske odvolává k pozdějším etnografickým studiím a výzkumům, které upřednostňovaly a zaměřovaly se právě na sociální pozici čtenáře a zkoumaly, jak se překrývá textuální subjektivita čtenáře s tou sociální. Čtení textu je v tomto pojetí vlastně vyjednáváním čtenářovy sociální pozice s pozicí nabídnutou textem, v níž větší moc je podle Fiskeho na straně čtenáře.

Například rodinu Rokytových a jejich život lze vnímat z různých čtenářských pozic. V rámci patriarchální ideologie čteme rodinu tak, že si muž z pozice své moci živitele rodiny a dominantního prvku v rodině může dovolit mimomanželský poměr či nekalé pracovní praktiky, bezohlednost, tvrdost, a stále je ‚hrdinou‘ nejen pro manželku, ale i pro čtenáře. Stejně tak se lze ztotožnit i s manželkou Rokyty jako s obrazem vzorné ženy v domácnosti, chápající a nepodezíravé, které ke štěstí stačí péče o dítě. Rodinu lze ovšem taky číst z opoziční pozice, optikou feministického diskurzu (jejíž náznaky jsou patrné mimo jiné i v postavě Rokytova syna Milana), v němž je Rokyta chápán jako sebestředný frajer, který bez výčitek podvádí svoji ženu, zneužívá naivitu své zamilované mladé milenky, do očí lže svému synovi, s podřízeným jedná jako s panákem, atd.

Skrze toto čtení, které je ovlivněno ideologickým zázemím, z něhož pocházíme, nedáváme smysl pouze světu kolem nás, ale také nám samým. Skrze to, v jaké postavě se vidíme, ke které máme nejbližší nejenom v osobnostních charakteristikách, ale především v sociální pozici dané postavy, dáváme smysl nám samým a naší společenské pozici.

Ze zkoumání sekundárních textů⁶⁴ pro tuto práci vyplynulo, že jejich klíčovým bodem je realismus a uvěřitelnost, důvěryhodnost postav (herců), která je umocněna splýváním skutečných herců a postav, které představují⁶⁵. V deníku Právo⁶⁶ se například objevil komentář:

„Hvězdami seriálu zůstávají Simona Stašová jako Lukešová – je úžasně zničená a nepoužitelná, Miroslav Táborský jako Lukeš – přesvědčivý lidský smolař“.

Mnoho textů je založeno na rozhovorech s herci. Často se v nich vyskytují otázky například „Jak moc se podobáte postavě, kterou hrajete?“, „Je vám sympatická?“, „Chtěl/a byste bydlet v satelitním městečku?“, atd. Celý článek v časopise Story⁶⁷ je věnován právě takovým srovnáním a pozornost čtenářů přitahuje otázkami: „Umí Mirek Táborský opravit čerpadlo? Záleží Simoně Stašové na tom, co si o její rodině myslí

⁶⁴ Pro potřeby této práce byla pozornost zaměřena na všechny novinové a časopisecké články zmiňující se o seriálu *Místo nahoře* v období od uvedení prvního dílu seriálu, tedy od 6. dubna 2004 do konce srpna 2004.

⁶⁵ K téměř dokonalému splnutí herce a postavy došlo v situaci, kdy režisér přesvědčil Simonu Stašovou, aby si nechala přebarvit vlasy nazrzavo, protože její seriálová dcera byla zrzavá od přírody, i po skončení seriálu si novou barvu herečka nechala. Tento jev se pak stal vděčným námětem několika sekundárních textů.

⁶⁶ Spulák Jaroslav: Příliš mnoho vět navíc. Právo, 2.6. 2004, s. 15

⁶⁷ Smitalová Petra: Realita, nebo role? Story, 28. 6. 2004, s. 34, viz. také Bednářová Jana: Je to v rovince,

Květy, 1. 7. 2004, s. 8

sousedé? Cítila se někdy Vilma Cibulková jako vdova?“ Text poté porovnává realitu a fikci, jež demonstrujeme na postavě vdovy Cihlářové:

„Role: Po čertech krásná (asi čtyřicetiletá) vdova Cihlářová pracuje ve finančnictví, dobře hraje tenis a má punc šarmantní ženské, která umí být nad věcí. Prožívá milostný vztah se svým sousedem, který je toho času slaměným vdovcem. Pak jí ale do života vstoupí rakovina.

Realita: I Vilma Cibulková zažila bolest ze smrti partnera, režiséra a herce Miroslava Macháčka. Prohloubily se její problémy s alkoholem, které se ale rozhodla řešit. Její hrdinka se kvůli rakovině vyrovnává s myšlenkou na smrt. Vilma má s úvahami o smrti také své zkušenosti – kdysi se pokusila o sebevraždu. Stejně jako Cihlářová je i ona noblesní ženská s nádechem tajemství a osudovosti. I ona vlastní domek za Prahou, ovšem nikoli v satelitním městečku. Narozdíl od své role není bezdětná, má dceru Šimonku a od loňského roku i manžela. Víc než tenis miluje hloubkové potápění.“

Toto splývání nemá v úmyslu přímo mazat hranice mezi realitou a fikcí, nechce „oblbovat“ diváky, ale spíše si pohrává s posouváním této hranice (Buckingham, s. 139). Tyto texty nemají ambice diváky oklamat či mystifikovat, ale spíše jim nabídnout další dimenzi původního textu. Stejně tak i „věčné téma“ těhotenství Bány Munzarové a porodu během natáčení přináší do sémiologického prostoru seriálu jakousi rozvernost a hravost, když si každý divák představí, jak museli tvůrci seriálu plánovat natáčení, aby to nebylo poznat apod. Režisér Smyczek popisuje, že „v jednom záběru, kdy Bára vstupuje do domu, ještě není těhotná, pak mluví s Ondrou Vetchým a je ve třetím měsíci a nakonec odchází k autu a je po porodu“.⁶⁸ V neposlední řadě se v textech často setkáváme s popisem průběhu natáčení, zda byly nějaké komplikace či zda vše probíhalo bez problémů. „Obyvatelé satelitu, kde se natáčelo, byli ke štábu velmi vstřícní. Zapůjčili mu nejen exteriéry svých domků, ale v některých případech i interiéry a odjeli na dovolenou.“⁶⁹

Nedílnou součástí těchto článků je komentování svých postav herci. Martina Prášilová, která v seriálu hraje roli grafičky Renaty, komentuje v jednom z článků svůj vztah k hrané postavě:

„Předem mě upozornili [režisér a produkční tým], že jde o roli lesbicky orientované dívky a jestli bych do toho byla ochotna jít. Byla jsem ráda, že jsem dostala roli, která se mnou nemá nic společného a budu se muset na ni hodně vnitřně připravovat. ... Jsem hodně tolerantní vůči těmto menšinám. mám hodně kamarádů mezi homosexuály a jsou to ti z nejlepších“.⁷⁰

Opět zde sledujeme fenomén srovnávání skutečného života a charakteristik herce a jeho fiktivní postavy. Svou poznámkou o homosexuálech však herečka nabídla možné

⁶⁸ Klára Říhová: Tři roky „nahore“. Story, 17. 5. 2004, s. 26

⁶⁹ Prchalová Radka: Kde je místo nahore?. Instinkt, 8. 4. 2004, s. 78

⁷⁰ Hřebrychová Helena: Až já budu velká, bude ze mě herka, Tydeník Televize, 15.6. 2004, s. 16

diskurzivní čtení její postavy, která zosobňuje homosexuální menšinu ve společnosti. Na základě toho si divák může ujasnit svůj vztah k diskurzivní podstatě dané postavy.

Realismus a s ním spojená reprezentace skutečnosti je tedy ve středu zájmu většiny sekundárních textů. Mnoho z nich odkazuje a analyzuje, jak moc se seriál podobá skutečnosti, jak moc pravděpodobné jsou popisované příběhy postav, zda by se všechno mohlo stát ve skutečnosti, apod. Například v článku Týdeníku Televize⁷¹ píše autorka, že

„hrdinové seriálu žijí v satelitním městečku a potýkají se s řadou problémů, vyplývajících nejen z různého složení obyvatel. Přesnější obraz skutečnosti si lze těžko představit“.

V jiném článku⁷² pak čteme:

„Bez větší námahy uvěříte v realitu zvoleného prostředí, uzavřená lokalita přepychových sídel není pouhou kulisou, ale živým, složitým organismem, kde se prolínají a protínají často protichůdné tendence. Tato elementární věrohodnost, podepřená množstvím průvodních postřehů (např. motiv zrušené autobusové zastávky) pak pomáhá překlenout i spornější okamžiky příběhu“.

Pozornost je zaměřena na důvěryhodnost zpracování, která je často přímo spojována s osobností režiséra a „osvědčených“ herců. Podle autora článku v Právu⁷³ seriál obstál, a to

„dílem dobrým režijním vedením Karla Smyczka, dílem vhodně zvoleným hereckým obsazením a dílem proto, že si drtivá většina televizních diváků uvědomila, že chudoba cti netratí. To na něm bylo nejpřínosnější“.

Autor zde pojmenoval morální, a tedy i ideologický rozměr seriálu, který byl jen zřídka zmiňován v sekundárních i terciárních textech. Zdůraznil to, že základnou celého seriálu je konfrontace lidí v různých sociálních pozicích. Několik článků se věnuje hlubšímu rozměru seriálu a jeho názvu, tedy co znamená „místo nahoře“ pro různé jednotlivce, jak souvisí se sociální pozicí a jakým způsobem ho lze dosáhnout. Některé sekundární texty nabízejí interpretaci v duchu reprezentace současné české společnosti a jejích aspektů. Mirka Spáčilová⁷⁴ například po uvedení prvního dílu hodnotila seriál slovy

„úsporná každodenní dramata se v novodobém ráji satelitního městečka drží na pevné zemi. ... Nikdo tu není čirý lump ani naprostý anděl, ačkoli v duchu české sociální tradice vycházejí lépe „tí dole“. ... Jenom ten svět horních deset tisíc staie ještě

⁷¹ Vavrinčiková Kateřina: Sidliště naležato. Týdeník Televize, 25. 5. 2004, s. 24

⁷² Jan Jaroš: Domkářská story. Reflex, 29. 4. 2004, s. 53

⁷³ Spulák Jaroslav: Když chudoba cti netratí. Právo, 30. 6. 2004, s. 15

⁷⁴ Spáčilová Mirka: Místo nahoře pro horních deset tisíc, Mlada fronta DNES, 6. 4. 2004, s. 9

neumíme podat bez podezíravých moralit, o hovorech bohatých dam pod slunečníky mají autoři představu spíše z Dallasu než z Jevan a nad poměry v redakci se novináři občas usmějí“.

V tomto komentáři lze kromě diskurzivního čtení sledovat i další intertextuální odkazy na jiné texty a významy (Dallas, Jevany), o nichž autorka předpokládá, že je čtenáři/diváci znají. Uplatňuje tak všeobecné vědění (*common sense knowledge*), jehož prostřednictvím si může čtenář primárního a tohoto sekundárního textu potvrdit význam, který z textu vyprodukoval, zároveň i porozumění světu kolem něho.

Jiné texty pak zase nabízejí interpretaci seriálu jako moderní urbanistický mýtus. Kriticky postihují novodobý fenomén satelitních městeček, která kromě nabourávání přirozeného rázu krajiny ještě tvoří „zvláštní, poněkud nesourodý celek“⁷⁵. Satelity jsou podle daného článku „atributem úspěchu“, proto tady bydlí obchodníci či hvězdy. Dodává jim to lesku, protože městečka mívají tzv. dobré adresy“⁷⁶. Taková interpretace seriálu byla ale velmi ojedinělá.

Čteme-li text strukturálně, je nutné zaměřit se na konvence, skrze které je obecně definován smysl reálného. Je třeba si uvědomit, která postava jedná ve jménu zápletky a posouvání děje (Rokyta. Firt, rodina Lukešů). V tomto bodě je lépe vidět jednotlivé postavy a jejich charakteristiky v souvislostech struktury sociálních hodnot, které jsou vtěleny do jednotlivých postav v pracovním i osobním životě (například Rokyta-padouch, vs. Lukeš-dobrák. Cihlářová-dáma vs. Lukešová-matka, apod.).

Mezi analyzovanými sekundárními texty se také objevují ty, které nabádají čtenáře ke strukturalistickému pojetí. Upozorňují čtenáře na to, že příběh není něco, co se skutečně stalo, ale že je to pouhá fikce, která má za úkol přitáhnout diváky k obrazovce. Po odvysílání prvního dílu seriálu se v Právu⁷⁷ můžeme dočíst, že „scénář je vtipný a v tomto ohledu funguje“. Autor také upozorňuje na detaily, které autentičnost a věrohodnost seriálu jako fikce umocňují, např. na „švihácky navztekaneho Miroslava Táborského ve věru tradičních trenýrkách“.

Častější podobou takových textů je rozhovor se scénáristy, popřípadě s režisérem. V Lidových novinách⁷⁸ se například čtenář dočte: „...Zatímco se divák těší na další pokračování, osudy hrdinů jsou dávno dané. Vytvořené a sepsané scénáristy“. Ve stejném článku také upozorňuje na rozpory mezi scénáristy seriálu a režisérským

⁷⁵ Vavrinčíková Kateřina: Sídliště naležato, Týdeník Televize, 25. 5. 2004, s. 24

⁷⁶ ibid.

⁷⁷ Špulák Jaroslav: Dobří herci, trenýrky a pomazánka, Právo, 6. 4. 2004, s. 16

⁷⁸ Sýkorová Jana: Jak tvoří novodobí Dietlové, Lidové noviny, 5. 6. 2004, s. 19

tým, které vyústily ve změnu v závěrečných titulkách, kde se scénáristé objevují jenom jako autoři námětu.⁷⁹ Tyto informace, jež jsou v článku upřednostňovány před příběhem, umocňují odstup čtenáře/diváka od seriálu jako skutečného příběhu lidí. V rozhovoru s Karlem Smyczkem⁸⁰ je zase neustále akcentován proces vytváření seriálu. „Herce lákám na tu postavu. Se Simonou Stašovou nebo Mirkem Táborským jsme si nad postavami hezky zakutali, dotvářeli jsme je, nad každou jsme dlouho přemýšleli. ... Vybíral jsem herce, kteří by mohli figury ozvláštnit,“ řekl v rozhovoru. Sekundární texty obecně přispívají k diskuzi a porozumění seriálu jako populárnímu produktu. Spíše než předpovědi dalšího děje se zaměřují na rozebírání toho, co už proběhlo. Odkazují-li na díly budoucí, je to pokaždé v tónu očekávání, jak budou další díly ve srovnání s těmi odvysílanými vypadat.

Obecně lze konstatovat, že většina sekundárních textů nabízela seriál spíše jako realistickou narativitu, tedy jako příběh individualit s psychologickými a emocionálními motivy. Hlavní důraz je v nich kladen na přirozené navazování jednotlivých událostí a jejich uvěřitelnost. Jinými slovy jsme vedeni k tomu vnímat text jako jedinečný systém reprezentace jedinečných postav. Tyto sekundární texty přinášejí sdělení o konkrétních postavách spíše než o seriálu jako o diskurzivním produktu. Čtenáři se s individuálními postavami snáz identifikují. Mluví-li v článku herec o své postavě, skrze identifikaci s hercem se ve čtenáři/divákovi prohloubí i identifikace s postavou (například Tomáš Hanák poskytl mnoho rozhovorů, ve kterých mluví o své postavě - Rokytovi a o svém vztahu k ní).

4. 13. „Seidlová a ty její ksichty mě vytáčí“ - reakce a významy vytvářené diváky

Na počátek této podkapitoly je zařazena sledovanost seriálu, aby bylo zřejmé, o jak velkém procentu populace zde mluvíme. Nemálo sekundárních textů totiž hodnotilo seriál jako úspěšný v rámci procenta sledovanosti. Na internetové adrese⁸¹ tak můžeme číst, že „ačkoliv byly pondělní premiéry seriálu *Místo nahoře* téměř pravidelně nejsledovanějším pořadem týdne na České televizi, těm nejúspěšnějším seriálům se poslední sága ani zdaleka nepřiblížila“. Přesto se podle článku díky průměrné

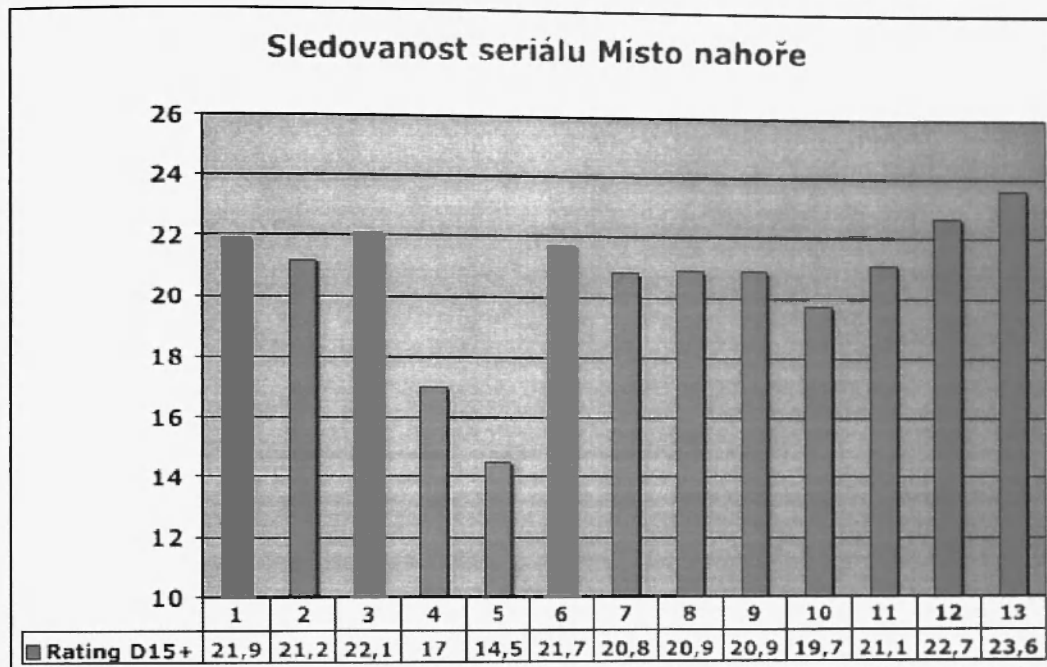
⁷⁹ viz. také článek Spáčilová Mirka: Místo nahoře, seriál bez autorů. Mladá fronta DNES, 29. 6. 2004, s. 6

⁸⁰ Wilková Scarlett: V davu se necítím dobře. Mladá fronta DNES, 14. 7. 2004, s. 11, viz. také Mandys Pavel:

Horké náměty už nehledám. Týden. 19. 7. 2004. s. 30

⁸¹ <http://www.radiotv.cz/text/text.phtml/2901/misto-nahore-u-divaku-nepropadlo-ale-ani-neoslnilo>

sledovanosti 20, 6% dospělých diváků stal seriál nejúspěšnějším seriálem České televize v daném roce. V tabulce sledovanosti lze pozorovat standardní počet diváků každé epizody (kromě 4. a 5. dílu, kdy byly ve stejném čase vysílány přímé přenosy hokejového utkání z MS v hokeji mezi Českem a Kazachstánem, resp. USA).



Zdroj: ATO - Mediaresearch

Protože z internetových reakcí, které jsou v této práci využívány, nelze zjistit sociální charakteristiky jejich autorů, pro ilustraci uvádíme krátký souhrn sociálního složení publika seriálu *Místo nahoře* podle informací z deníku Právo⁸². Z článku vyplývá, že si „seriál nejvíce oblíbili diváci mezi 45 a 54 lety, relativně nejméně zajímal nejmladší z dospělých, od 15 do 24 let. V publiku bylo nejvíce diváků s úplným středním vzděláním a nejméně zajímal ty, kteří mají základní vzdělání. Nejvíce bodoval u diváků z měst s 20 až 100 tisíci obyvatel a u diváků, kteří žijí v místech do 5 tisíc obyvatel, nejméně seriál oslovoval diváky v obcích do 1 tisíce obyvatel“.

Sekundární a zejména pak terciární texty konstruují dojem komunity diváků. Články o seriálu, tedy sekundární texty, promlouvají k divákům, o nichž předpokládají, že seriál viděli/sledují. I rozhovory s herci a tvůrci seriálu spíše osloví ty, kteří vědí, o čem se mluví. Především ale dopisy a reakce od diváků seriálu, nejrůznější ankety a ohlasy,

⁸² Seriál byl pro ČT divácký úspěch (zaj), Právo, 30. 6. 2004, s. 15

tedy terciární texty, podporují čtenářovu aktivitu a angažovanost v utváření významu, vytváří dojem komunity diváků seriálu.

Po uvedení prvního dílu seriálu se na oficiální webové stránce seriálu (České televize) objevila anketa, v níž diváci mohli hlasovat, zda se jim seriál líbí nebo nelíbí. Na neoficiálních stránkách také mohli chatovat o tom, v čem je dobrý či špatný, zda se jim líbili herci atd. Pro ilustraci fenoménu divácké aktivity v poslední části tedy použijeme tyto internetové reakce⁸³ (a několik dopisů od diváků, které byly uveřejněny v různých periodikách). Je třeba konstatovat, že svou aktivitou na webu jsou tito jedinci předznamenáni a mohou být definováni z většiny jako fanoušci seriálu, popřípadě ti, kteří i přes negativní hodnocení seriálu či jeho částí, mají potřebu se k němu vyjádřit, tedy prozrazují určitý zájem o seriál. Zkoumané výpovědi samozřejmě nejsou zcela reprezentativní, pro to by bylo třeba provést rozsáhlejší a podrobnější výzkum v podobě hloubkových rozhovorů přesně definovaných sociálních skupin.

Z prostudování sesbíraných reakcí na seriál vyplynulo, že výrazná většina čtenářů/diváků se vůbec nevyjadřovala k ideologickým aspektům. Nepozastavili se nad reprezentací bohatých a úspěšných, žen, homosexuální menšiny, o kapitalistickém systému nemluvě. To vypovídá o tom, že čtenáři/diváci obecně přijali (ať vědomě či nevědomě) dominantní strategii čtení, a tedy dominantní ideologii. Většina z nich totiž hodnotila a poukazovala na seriál z hlediska jeho realističnosti a věrohodnosti. Mnoho reakcí hodnotilo seriál jako velmi věrohodný, jako „opravdový příběh ze života“, jako „pohled do dnešního života obyčejných lidí“, „ukázka toho, jak to dnes chodí v rodinách, na úradech, fabrikách a typických ‚českých‘ místech“. Jedna z diváček tvrdí, že „jde skutečně o realitu, i když je to film, protože se může stát, že mladá holka se zamiluje do staršího muže a stane se jeho milenkou“. Autorka jednoho z dopisů od diváků zase píše:

„Jsem doslova fascinována, kterak se do něj [Místa nahoře] podařilo zakomponovat tolik různorodých životních příběhů. Je určitě dobře, že se natáčejí seriály ze života obyčejných lidí a nejsou nám vnucovány pouze ‚útrapy‘ podnikatelů řešících jak otocit své miliony.“⁸⁴

Čtenáři tedy prokazovali v naprosté většině realistické čtení. Jak již bylo řečeno, podle Fiskeho je právě realismus hlavní strategií dominantního čtení televizních textů (viz.

⁸³ Prostřednictvím emailu bylo osloveno asi 30 diváků, kteří vedle své reakce, která byla velmi stručná, uvedli svou emailovou adresu. Byli požádáni o zodpovězení následujících otázek (pro rozšíření jejich přístupu k seriálu): Jak byste seriál popsal/a? Proč jste se díval/a na seriál? *Místo nahoře*? Co se vám na něm obzvláště líbilo/nelíbilo? Jaká je vaše oblíbená postava? Ztotožňujete se s hrdiny seriálu, jakými a proč?

⁸⁴ Dopisy, Týdeník Televize, 29.6. 2004, s. 68

výše). Kdyby byl seriál v tomto ohledu hůře zpracovaný, více průhledný, čtenáři by pravděpodobně měli tendence rozumět seriálu v souvislosti s ideologickým pozadím (jako je tomu např. u telenovel, které se obecně vyznačují menším stupněm uvěřitelnosti).

Výrazná většina reakcí hodnotila scénářistickou, režisérskou a hereckou práci. „Výborní herci, skvěle napsané dialogy a hlavně ty scény jsou opravdu ze života“, píše jeden z diváků. „Hodně zachránil režisér a hlavně prvotřídní herecká sestava“, jinde se zase divák zmiňuje o „poctivé režisérské práci“.

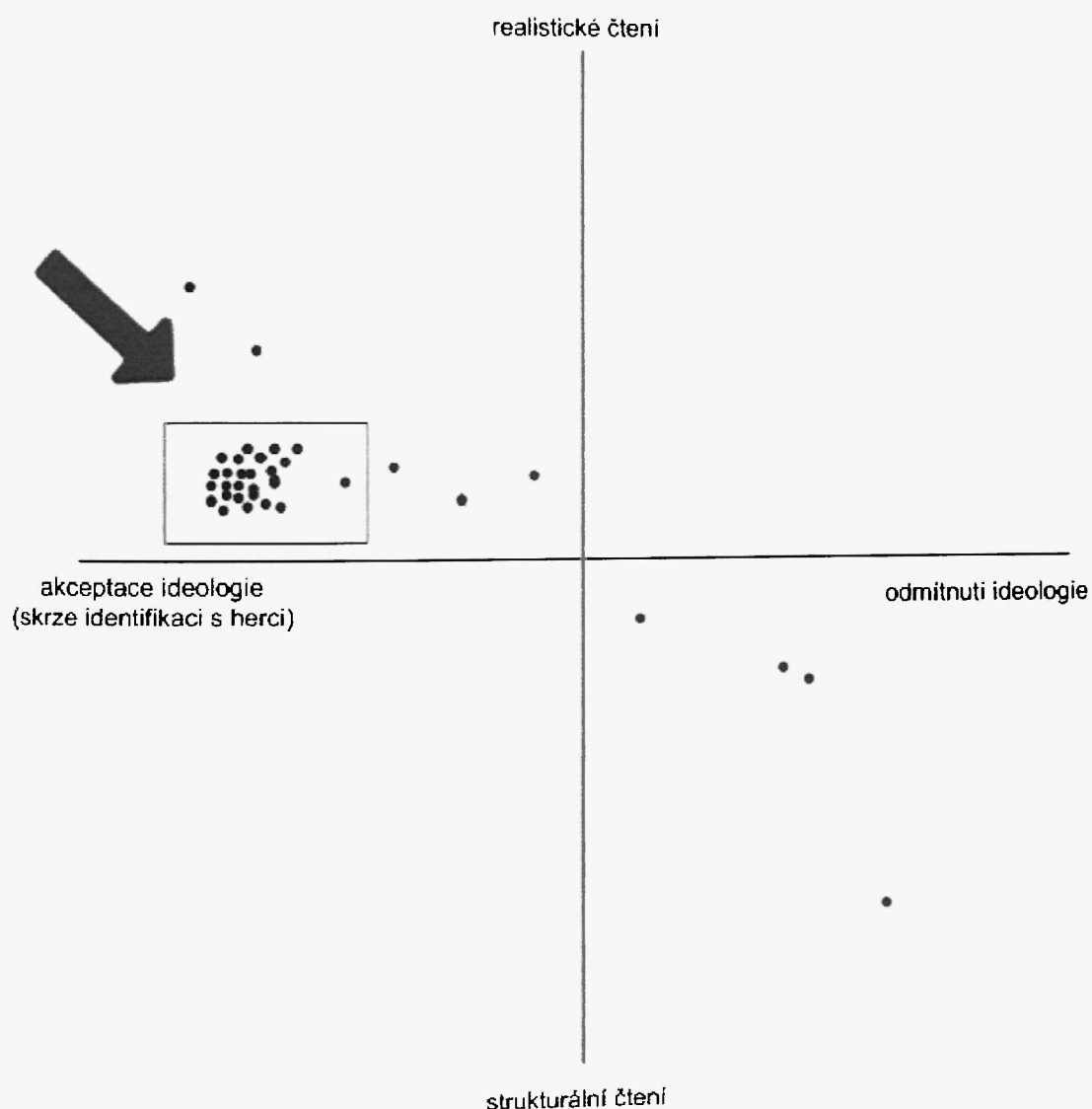
Požitek ze sledování seriálu není v rozporu s kritickým přístupem diváků, naopak, určité druhy slasti přímo umožňuje (nadřazenost postavám, tvůrcům, znalost tajemství, apod.). Přestože seriál kritizují - „od režiséra Bylo nás pět jsem čekala víc“ či „bolítky v podobě otřesné režie a nedostatku finančních prostředků spolehlivě hojí výtečný scénář“ – dá se z jejich aktivity (uveřejnit svůj názor na internetu) vyčíst, že seriál sledují a že jim přináší určitý prožitek. Jedná se hlavně o rozpoznání vlastní opoziční pozice, která jim může dávat iluzivní pocit nadřazenosti. Slast ze sledování tedy zahrnuje nejenom rozpoznání vlastní opoziční pozice, ale také rozebírání těch aspektů, které čtenáři vnímají jako neúspěšné zobrazení jejich vlastních zájmů a zkušeností (Buckingham, s. 201). Jeden z diváků například popsal *Místo nahoře* jako seriál, který „zobrazuje tak trochu snobský život lidí v satelitu“. Touto reakcí naznačil svou vlastní sociální pozici, která neodpovídá bohatší vrstvě obyvatel žijících v satelitu. Přesto je jasné, že seriál (popř. alespoň jeden díl) viděl a nějakým způsobem ho oslovil, měl-li potřebu se o něm na internetu vyjádřit.

Reakce mnoha diváků prokázaly přímé intertextuální vlivy. Seriál srovnávali s dalšími texty, předně s jinými českými seriály, což se přímo nabízí. Reakce typu „takhle dobrý seriál jsme od *Nemocnice* neměli“, nebo „bál jsem se, že to bude další *Pojišťovna štěstí*“ nebyly ojedinělé. Čtenáři tak potvrdili, že k vytváření významu je mimo jiné třeba rozpomínat se na podobné texty stejného žánru, respektive významy a slasti, které z textu vytěžili.

Mluvíme-li o identifikaci se seriálovými postavami, málokdo přiznal, že se s některou postavou více či méně ztotožnil. Mnoho diváků ve své reakci na internetu zdůrazňovalo spíše herecké obsazení. Seriál se podle nich vyznačoval výjimečným hereckým obsazením, které bylo hlavním důvodem, proč ho sledovali. Díky hereckým výkonům a skrze ně, ačkoliv se divák neidentifikoval přímo s postavami seriálu, měl k postavám a jejich charakteristikám velmi blízko. Příklady takových reakcí jsou - „postava Bary

Seidlové mi byla velmi sympatická a milá, oblíbil jsem si také postavu Ondřeje Vetchého Kadlece, který si jde za svým cílem“, „mou oblíbenou postavou byl Rokyta ztvárněný Tomášem Hanákem, ale nejvíc jsem se ztotožňoval s Milanem Rokytou“, hodně také upozorňovali na to, že seriál je „dobře natočený a zahraniční“.

Většina z reakcí uvedla, že se s žádnou postavou přímo neztotožňovaly, ale vzápětí vyzdvihují skvělé herecké výkony, často přiznávají, že herci a režisér byli často hlavním důvodem, proč se na seriál dívali. Dá se říci, že se sice neztotožnili se sociálními principy dominantní ideologie, ale tím, že přijali seriál reprezentovaný oblíbenými herci za svůj, se více otevřeli dominantní ideologii (viz. obrázek grafu str. 45).



Díky sympatiím s herci pozapomněli čtenáři/diváci na svou sociální pozici a postavy nevnímali skrze své zkušenosti z dané sociální pozice, ale skrze sympatie k oblíbeným hercům, představujícím konkrétní sociální principy a hodnoty.

Jedna z divaček například píše, že se jí líbila „místní zpravodajka Nesvadbová v podání Veroniky Gajerové“. Je jasné, že sympatie plynou pouze z osobnosti herečky, která danou postavu představovala, protože i kdyby se divačka postavě Nesvadbové sebevíc podobala, těžko by našla požitek v rozpoznání se v této postavě, která je přílišnou sebestarodizací nejenom chováním, ale i přehnanou dikcí a přehráváním. Spíše by se poznala v postavách „mírnějších drben a snobů“ v satelitu (např. v postavě Veselé, Rokytové, apod.) Díky sympatiím k herečce měla větší tendenci přijmout hodnoty a principy, které v seriálu představovala.

Z grafu je také patrné, že ne všichni čtenáři vykazovali tyto sympatie k hercům. Někdo se s „hrdiny moc neztotožňoval, protože se mu nic podobného nestalo“, jiného zase štvala „Seidlová a ty její ksichty“. Některé z reakcí pak prokázaly jasný odstup a strukturální strategii čtení. Jeden divák například seriál popsal jako

„milý kousek útočící v druhém sledu na divákovu bránci, technicky bohužel nepříliš podařený. Nicméně sebestarodizace a tak trochu i práce s různými klišé se scénáristům povedla a právě díky tomu je tento seriál o několik stupňů výše než obdobné počiny ČT.“

Jiný divák zase kritizuje režii a nedostatek finančních prostředků, ale chválí scénář,

„který nešetří parodií a se seriálovými zákonitostmi pracuje tak trochu s pomrkáváním. Herecké výkony jsou velmi proměnlivé a člověk chvílemi cítí nutkání smát se u pasáží, které by měly vyvolávat emoce spíše opačné.“

Dá se říci, že velmi podobně by vypadal graf a jeho rozložení, kdybychom místo internetových reakcí diváků vzali v potaz sekundární texty. Výsledné body (pozice autorů významu) by pravděpodobně nebyly tak blízko ose identifikace s herci, blížily by se více ose realistického čtení, a tím i vyjednávání s ideologií, které se nachází v okolí středu grafu. Jak již bylo řečeno, přestože se v sekundárních textech setkáváme s náznaky strukturálního čtení a vyjednávání (spíše než přímé odmítnutí) s dominantní ideologií, většina sekundárních textů propaguje spíše realistické čtení, a to především prostřednictvím hodnocení hereckých výkonů, informací o hercích a rozhovorů s nimi, srovnáváním jejich skutečného života s životem postavy, kterou hrají, atd. Takové čtení je bližší i divákům, jsou ujistováni, že seriál i svět, ve kterém žijí, vnímají správně. Nutno podotknout, že autoři sekundárních textů nabízející realistické čtení seriálu tak

v mnoha případech činí nevědomě. Jestliže i jejich pozice odpovídá pozici dominantní ideologií oslovovaného subjektu, tedy že v mnoha ohledech akceptují dominantní ideologii zakódovanou v porozumění svých každodenních rutin, odrazí se to i v interpretaci textu. Jinými slovy i autoři sekundárních textů, tedy novináři jsou velkou částí ovlivněni svou vlastní sociální pozicí a svým vztahem k dominantní ideologii a danému uspořádání společnosti.

5. Závěr

Tato práce byla rozdělena na dvě větší ucelené části, jejichž vzájemná souvislost je zřejmá. V prvním celku byl kladen důraz na teoretické poznatky vlivného proudu v rámci mediálních studií a výzkumu – tzv. kulturních studií. Podle jejich předních teoretiků slouží populární kultura zájmům tzv. *dominantní ideologie* (vládnoucí třídě) ve společnosti. Prostřednictvím společenských aparátů a principů jsou tyto významy dominantní kultury zakódovány do mediálních a kulturních produktů a následně předávány jejich příjemcům. Jedním z nástrojů je princip ideologie, který skrze dominantní myšlenkový rámec zachovává stávající společenské uspořádání. Tam, kde ideologie nepřipouští žádné náznaky rezistence a změny, přichází princip hegemonie s rezistencí již zabudovanou do systému. Dosahuje tak iluze nevyhnutelnosti světa tak, jak je prostřednictvím hegemonie zprostředkováván.

Na tuto část navazuje přehled výzkumů publika a jeho recepce textu. Výchozím bodem byl finský teoretik Pertti Alasuutari a jeho tři generace recepčních výzkumů. Nejdříve se zaměřil na recepční model s klíčovým představitelem Stuartem Hallem, v němž nalézá přerod od původních přenosových modelů komunikace k rostoucímu významu pozice a aktivity příjemce. Druhou fází nazval etnografie publik a význam ji přikládal zejména díky důkladné terénní práci výzkumníků (*observation studies*). Etnografická fáze mediálních výzkumů se ještě rozdělila na dvě větve. V první kladli výzkumníci důraz na jedince a jeho nakládání s textem a významy v souvislosti s jeho sociální pozicí. V té druhé byl daleko větší důraz kladen na sociální kontext, v němž recepce textů probíhá (například kolektivní sledování televize v domácnostech apod.). Poslední fází je konstrukcionistický (constructionist)/diskurzivní přístup, který navazuje na etnografický přístup, svou pozornost ale rozšiřuje i na procesy/diskurzy, skrze něž vnímáme média a jejich obsah. Všimá si jevů jako pozice a zájmy těch, kteří stojí o výzkumy publika, nastolování agendy populárními obsahy, morální stud za sledování populárních žánrů, apod.

Cílem praktické části práce bylo proniknout do pojetí Fiskeho *aktivovaného textu*, který svému čtenáři nevnucuje jediný a žádoucí význam, naopak se mu otevírá a umožňuje mu produkovat jemu relevantní významy, a prozkoumat, jak lze aplikovat jeho teorii v konkrétním případě užití textu. Snahou bylo ukázat, jakými strategiemi a principy je televize vybavena pro přenášení, šíření významů a hodnot dominantní ideologie a

utvrzování společenského statutu quo. John Fiske tvrdil, že televize je hegemonickým nástrojem dominantní třídy. Díky své popularitě a pevného místa v každodennosti svých konzumentů dokáže udržet a potvrzovat iluzi nevyhnutelnosti a normalnosti mocenských vztahů a společenského uspořádání.

Televizní texty jsou podle Fiskea populární díky stále přítomným soupeřícím silám uzavírání a otevírání textu. Jako hlavní princip uzavírání textu definoval realismus, jímž je míněno takové používání reprezentativních prostředků, které zobrazují materiální i abstraktní entity, o nichž se obecně předpokládá, že existují nezávisle i mimo tyto reprezentace. Ty jsou pak vnímány jako znázornění nezávislé skutečnosti a pravdivosti. Podle Fiskea zobrazuje realismus dominantní pojetí reality, které dává smysl a vyjadřuje zákonitost. Kromě realismu užívají uzavřené texty také princip usazení čtenáře. Různými náznaky a vnitřními strategiemi nabízí text čtenáři pozici, ze které textu nejlépe porozumí a ze které vytěží nejvíce slasti a prožitků.

Stejně zásadní jako síly uzavírání textu jsou i principy otevírání textu, mezi něž řadí v rámci televizního prostoru časovou otevřenost a iluzi, že se sledovaná věc děje právě teď, kromě toho také textuální strategie, které upozorňují, že se jedná o vytvořený text, tedy ironie, metafora, vtipy, kontradikce a hyperbola.

Čtenář si v rámci těchto sil a strategií vybírá pro něj relevantní významy a slasti, tedy využívá toho, co Fiske nazval ‚sémiotickou demokracií‘ (Fiske, 1987, s. 239). Čtenář má podle něj ve vytváření významů z textu stejnou moc jako jeho producent. Ne v kontextu finanční ekonomie, kdy je mu odepřena moc produkovat texty i moc sociální změny, ale v kontextu ekonomie kulturní, která mu dává moc diskurzivní.

Navzdory tomu, že součástí práce nebyl reprezentativní výzkum publika, se dá ze zkoumaných reakcí a sekundárních textů vyčíst, že existovala obecná tendence přijímat dominantní ideologii, a když ne přijímat, alespoň neodporovat, nestavět se do přímé opozice. Televize je, jak bylo zmíněno, jedním z nástrojů hegemonie v kapitalistických společnostech. Její sdělení obsahují náznaky rezistence a kritiky systému; jsou dokonce žádoucí, aby televize dostala měřítku popularity. V seriálu *Místo nahoře* je například scéna, která by mohla být považována za přímou a explicitní kritiku kapitalismu v české společnosti. Jedná se o scénu, v níž se psychoterapeut snaží přijít na to, co způsobuje neúspěšnost v otěhotnění u paní Rokytové. Vyptává se jí na osobní život a na to, zda o svých starostech hovoří i se svým manželem. Ona mu odpovídá, že manžela tím nechce zatěžovat, protože má moc práce. Psychoterapeut pak vyřkne onu kritiku:

„Jak se nám tady ten kapitalismus tak hezky rozbíhá, tak se ve své klinické praxi často setkávám s podobným modelem – úspěšný, přepracovaný manžel, který vydělá peníze, a na druhé straně jeho žena, která má dostatek volného času i prostředků, ovšem oba se dostávají do izolace, do klece chcete-li“.

Ve výsledku ale televizní sdělení hegemonické uspořádání nenabourávají, spíše k němu přímo přispívají a utvrzují. I v seriálu *Místo nahoře* vyústí dějové linie do situací, které se dominantní ideologii velmi blíží, například Lukeš díky své práci, pílí a odhodlání nakonec získává dobré zaměstnání, Lukešová se vyléčí ze své závislosti na lécích a najde i nové místo, Kadlecová se vrátí z Francie, protože si uvědomí, co je pro ni důležité (manžel a rodina), podnikateli Rokytovi jdou opět skvěle jeho obchody, jeho žena konečně otěhotněla, atd. I přes rezistentní náznaky, které byly v seriálu patrné, však v konečné fázi vyznívá spíše ve prospěch dominantní ideologie.

Divákům tak bylo nabídnuto další ujištění o tom, že takhle věci prostě jsou. Zařazení seriálu ve vysílání veřejnoprávní televize hned po hlavním televizním zpravodajství tento dojem ještě umocnilo. Důvodem, proč ho (stejně jako ostatní televizní sdělení) diváci sledují, není jen slast z procesu vytváření významů, ale také utvrzení sebe samých v tom, že jim svět kolem nich a život, který žijí, dává smysl.

Summary

The starting point of this piece of work is proposition that television and its texts are an agent of the dominant ideology in society. Through the principle of hegemony the ruling class imposes its meanings and values on the subordinated classes. Hegemony is based on allowing resistant and alternative meanings which are nevertheless articulated in terms of the dominant ideology and are subsequently incorporated into the existing system.

This thesis then follows John Fiske's understanding of popular culture and activated texts. These are texts which do not impose one limited meaning on its readers, but which allow its readers by means of various strategies to interpret the text with regards to their social position.

The second part of this work includes semiological analysis of a particular product of popular culture – the television serial *Místo nahoře*. The emphasis is put on the process of encoding – how the dominant meanings and values are encoded and implied in the text. Besides, the attention is directed towards the 'opening' strategies of the text.

This section also includes an analysis of the secondary texts (newspaper and magazine articles) and tertiary texts (viewers' reactions and opinions on the web). I examine whether the secondary texts promote dominant or resistant reading strategies, how the readers perceive the secondary texts and how they decode the primary text - the serial.

The reason why this particular television serial has been chosen is primarily its topic – the life in the so called 'satellite village' (a housing community consisted of luxurious villas where mostly rich and high-class people live). The main plot turns around a middle-class family that moves into one of the houses and gets to know the neighbours. The social differences between this family and the others is a source of conflicts, various story lines and events. The topic of the serial as an embodiment of the capitalist system seemed to be the most suitable for the purposes of this work.

Bibliografie:

- Adorno, T. W. (1991) *The Culture Industry, Selected essays on mass culture* London, New York: Routledge; z originálního vydání (1972) *Gesammelte Schriften*, Surhkamp Verlag
- Alasuutari, P. (1992) ‚I’m ashamed to admit it but I have watched Dallas‘: the moral hierarchy of television programmes in *Media, Culture and Society* London, Newbury Park and New Delhi: SAGE, Vol. 14, pp. 561-582
- Alasuutari, P. (ed.) (1999) *Rethinking the Media Audience: The New Agenda* London: Sage Publications
- Althusser, L. (1971) ‚Ideology and Ideological State Apparatuses‘ in Storey, J. (ed.) (1998) *Cultural Theory and Popular Culture: A Reader* Harlow: Prentice Hall
- Ang, I. (1985) *Watching Dallas: Soap Opera and Melodramatic Imagination* London: Methuen
- Ang, I. (1991) *Desperately Seeking the Audience* London and New York: Routledge
- Barthes, R. (1967) *Writing Degree Zero* New York: Hill and Wang, z francouzského originálu (1953) *Le Degré Zéro de l’Ecriture* Editions du Seuil přeložili Lavers, A. a Smith, C.
- Barthes, R. (1973) *Le Plaisir du Texte* Paris: Seuil
- Barthes, R. (2004) *Mytologie* Praha: Dokořán, z franc. originálu (1957) *Mythologies* Paris: Editions du Seuil přeložil Fulka, J.
- Bennet, T., Boyd-Bowman, S., Mercer, C., Woollacott, J. (eds) (1981) *Popular Television and Film* London: BFI Publishing/The Open University Press
- Bennett, T. (1986) ‚Introduction: Popular Culture and the Turn to Gramsci‘ in Bennett, T., Mercer, C., Woollacott, J. (eds) *Popular Culture and Social Relations* Milton Keynes: Open University Press
- Buckingham, D. (1987) *Public Secrets: EastEnders and its Audience* London: British Film Institute
- Burton, G., Jiráček, J. (2003) *Úvod do studia médií* Brno: Barrister & Principal
- Creeber, G. (2001) ‚Taking our personal lives seriously: intimacy, continuity and memory in the television drama serial‘ in *Media, Culture & Society* London, Thousand Oaks and New Delhi: SAGE Publications, Vol. 23, 439-445
- Curran, J. and Gurevitch, M. (2000 [1991, 1996]) *Mass Media and Society* London: Arnold/New York: Oxford University Press Inc.

- Eco, U. (1979) *The Role of the Reader: Explorations in the Semiotics of Texts* Bloomington and London: Indiana University Press
- Eco, U. (1997) *Jak napsat diplomovou práci* Olomouc: Votobia, z italského originálu *Come si fa una tesi di laurea* Milan: Bompiani přeložil Seidl, I.
- Fiske, J. and Hartley, J. (1978) *Reading Television* London: Methuen
- Fiske, J. (1986) 'Television and Popular Culture: Reflections on British and Australian Critical Practice' in *Critical Studies in Mass Communication* 3: 200-216
- Fiske, J. (1987) *Television Culture* London and New York: Routledge
- Fiske, J. (1989) *Reading the Popular* London and New York: Routledge
- Fiske, J. (1990) *Introduction to Communication Studies* London, New York: Routledge
- Grossberg, L. (1988) 'Wandering Audiences, Nomadic Critics' in *Cultural Studies*, 2(3): 377-92
- Hall, S. (1980) 'Encoding/Decoding' in Hall, S., Hobson, D., Lowe, A. and Willis, P. (ed.) *Culture, Media, Language* London: Hutchinson
- Hall, S. (1997) *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices* Milton Keynes: The Open University
- Hartley, J. (1987) 'Invisible Fictions: Television Audiences, Paedocracy, Pleasure' in *Textual Practice* 1(2): 121-138
- Hirsch, P. M. and Newcomb, H. (1994) 'Television as a Cultural Forum' in Newcomb, H. (1994, 5th) *Television: The Critical View* Oxford: Oxford University Press
- Hobson, D. (1980) 'Housewives and the Mass Media' in *Culture, Media, Language* ed. Hall, S., Hobson, D., Lowe, A., Willis, P., London: Hutchinson, 105-114
- Hobson, D. (1982) *Crossroads: The Drama of a Soap Opera* London: Methuen
- Jiráček, J., Kopplová, B. (2003) *Média a společnost: stručný úvod do studia médií a mediální komunikace* Praha: Portál
- Liebes, T. and Katz, E. (1990) *The Export of Meaning: Cross-Cultural Readings of Dallas* New York: Oxford University Press
- Livingstone, S., Wober, M. and Lunt, P. (1994) 'Studio Audience Discussion Programmes: An Analysis of Viewers' Preferences and Involvement' *European Journal of Communication*, 9: 355-79
- Lull, J. (1990[1980]) 'The Social Uses of Television' in Lull, J. *Inside Family Viewing: Ethnographic Research on Television's Audiences* London: Comedia

- McQuail, D. (1999) *Úvod do teorie masové komunikace* Praha: Portál, z anglického originálu (1983, 1987, 1994) (3rd) *Mass Communication Theory: An Introduction* London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE přeložili Jiráček, J. a Kabát, M.
- Modleski, T. (1991) *Feminism Without Women* London: Routledge
- Moores, S. (1993) *Interpreting Audiences: The Ethnography of Media Consumption* London: SAGE
- Morley, D. (1974) *Reconceptualizing the Media Audiences: Towards an Ethnography of Audiences* Stencilled Occasional Paper, University of Birmingham: Centre for Contemporary Cultural Studies
- Morley, D. (1976) *Industrial Conflict and the Mass Media* Stencilled Occasional Paper, University of Birmingham: Centre for Contemporary Cultural Studies, také v *The Sociological Review*, 24(2): 245-268
- Morley, D. (1980) *The 'Nationwide' Audience* London: BFI
- Morley, D. (1992) *Television, Audiences and Cultural Studies* London: Routledge
- Morley, D. (1986) *Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure* London: Comedia
- Mouffe, CH. (ed) (1979) *Gramsci & Marxist Theory* London, Boston, Henley: Routledge & Kegan Paul
- Mulvey, L. (1975) 'Visual Pleasure and Narrative Cinema' in *Screen*, 16(3): 6-18, také v Bennet, T., Boyd-Bowman, S., Mercer, C., Woollacott, J. (eds) (1981) *Popular Television and Film* London: BFI Publishing/The Open University Press, s. 206-215
- Newcomb, H. (1994, 5th) *Television: The Critical View* Oxford: Oxford University Press
- O'Sullivan, T., Hartley, J., Saunders, D., Montgomery, M., Fiske, J. (1994, 2nd) *Key Concepts in Communication and Cultural Studies* London and New York: Routledge
- Radway, J. A. (1984) *Reading the Romance: Women, Patriarchy, and Popular Culture* Chapel Hill: University of North Carolina Press
- Reifová, I. (2002) 'Kryty moci a úkryty před mocí: Normalizační a postkomunistický televizní seriál' publikováno v překladu do němčiny Bock, I. (ed.) *Kommerz, Kunst, Unterhaltung* Temmen: Bremen
- Seiter, E., Borchers, H., Kreuzner, G. and Warth, E. M. (eds.) (1989) *Remote Control: Television, Audiences and Cultural Power* London and New York: Routledge
- Silverstone, R. (1994) *Television and Everyday Life* London and New York: Routledge
- Smetana, M. (2000) *Televizní seriál a jeho paradoxy* Praha: ISV

Storey, J. (ed.) (1998) *Cultural Theory and Popular Culture: A Reader* Harlow: Prentice Hall

Storey, J. (ed.) (1999) *Cultural Consumption and Everyday Life: Reader in Cultural Studies*, University of Sunderland London, Sydney, Auckland: Arnold

Sujeong, K. (2004) 'Rereading David Morley's The 'Nationwide' Audience' in *Cultural Studies* 18(1): 84-108

Turner, G. (1996) (eds) *British Cultural Studies: An Introduction* London: Routledge

Zingrone, F. (2001) *The Media Symplex: At the edge of meaning in the age of chaos* Toronto: Stoddart Publishing Co. Ltd

Internetové adresy:

<http://www.cultsock.ndirect.co.uk/MUHome/cs4ie.html>

<http://www.reifova.info/>

<http://www.czech-tv.cz>

<http://www.csfd.cz/film.php?id=71598&podle=body&rec=&top=1&kom=1&limk=-1&limr>

<http://www.radiotv.cz>

Příloha 1.: Popis děje v jednotlivých epizodách (doslovně převzato z oficiální stránky seriálu *Místo nahoře* na webu České televize www.czech-tv.cz)

1. díl: Příjezd

Mít svou vilku v krásném moderním satelitním sídlišti - to je krásný sen. Ten sen už je na dosah ruky pro manželskou dvojici novinářů i pro rodinu Lukešovu, i když finanční situace k pořízení takového domku není zrovna příznivá. Jenže pak přijde tragické probuzení ze snu. Skutečný šok. A zatímco naši hrdinové řeší absurdní situaci takřka neřešitelnou, za záclonami nových vilek zvědavě i nedůvěřivě vyhlížejí zámožní sousedé, jejichž starosti jsou jiného rázu. Své problémy mají studenti čtvrtého ročníku gymnázia v nedalekém městečku. Krásnou Andreu momentálně popudil příchod nové spolužačky Martiny Lukešové. Instinktivně cítí, že by ji mohla připravit o pozici třídní krasavice, a tak je nad slunce jasné, že ty dvě se nebudou mít v lásce. Naopak Milana Rokyty, syna místního bohatého podnikatele, nová spolužačka zaujme...

Manželé Kadlecovi koupili domek v milionářském satelitním sídlišti. Když se však přistěhují, zjišťují, že v jejich domku už bydlí rodina Lukešových. Po počátečním konfliktu Lukešovi svolí, že Kadlecovi se mohou dočasně ubytovat alespoň v garáži. Zatímco známý novinář Kadlec se snaží přijít na kloub podvodníkům, kteří před krachem firmy prodali dům dvakrát, sledujeme, jak se Lukešovi zabydlují v novém prostředí. Jejich osmnáctiletá dcera Martina bude maturovat na zdejším gymnáziu, ale nepadne si do oka s třídní krasavicí Andreou. Otec Martiny, Jarda Lukeš, má nastoupit dle domluvy do zdejší textilky, ale ta je rovněž před krachem, a tak mu ředitelka Ivanovská může nabídnout pouze polovinu platu. Martina se seznamuje s Milanem, synem bohatého místního podnikatele Rokyty. Ten usiluje o koupi krachující textilky za účelem výhodného prodeje holandské firmě - a také má tajný poměr právě se studentkou Andreou.

Kadlecovi oba nastupují v redakci zdejších novin. V závěru se Kadlec dozvídá, že majitele podvodné firmy Pekárka právě zatkla policie.

2. díl: Dům

Jedním ze sousedů Lukešových je Doskočil, známý klavírista okresního formátu. Střídají se u něj milenky, ale současně se pečlivě stará o svého nemocného otce. V redakci dochází ke konfliktu Honzy Kadlece se zástupcem šéfredaktora Janouchem. Ten navíc bude brzy jeho šéfem, protože majitel listu Ouvín má odjet do Francie.

Zatímco Kadlec dál pátrá po podvodu, který ho připravil o dům, paní Lukešová se angažuje v boji o autobusovou zastávku, což však některým ze sousedů vadí. Lukeš si přivydělává u jakési pokoutní firmy jako závozník. Kadlec konečně zjistí, že jistý Fířt, který zastupuje současného správce satelitu - firmu Abostav, měl co do činění i s bývalou zkrachovanou firmou. Zmáčkne ho a donutí vydat dům po Pekárkovi, na který ale měl zásluku podnikatel Rokyta. Andrea schovala Martině šaty a ta se k tomu dozvídá, že ji nepřijali na výtvarnou školu. Sblíží se ale s Milanem Rokytou. Lukeš se na pivo seznamuje s policistou Šrédrem.

Rokyta ovládl textilku - a všem zaměstnancům nechává napsat výpovědi. Lukeš ho za to napadne v pěstním souboji.

3. díl: Odjezd

Redaktor Kadlec dostává od majitele listu Ouvína za úkol narychlo udělat reportáž o opilém soudci, Janouch na něj žárí a ti dva se stávají úhlavními nepřáteli. Na vernisáži jistá paní Klimetská prosí našeho klavíristu Doskočila, aby začal učit její dceru na klavír, ale jde jí hlavně o milostnou avantýru. Doskočil u ní zůstane přes noc - díky tomu se ovšem ztratí jeho duševně nemocný otec. Doskočil to má za zlé Lukešovým, kteří slíbili se na tatínka podívat a údajně zapomněli zamknout, na vině je ovšem sousedka Veselá. Starý pán dokonce napadl malou Haničku Lukešovou, nakonec ho najdou na dně prázdného bazénu. Sousedé velmi tlačí na Doskočila, aby dal tatínka do domova důchodců.

Milan usiluje o Martinu, ale ta se odmítne s ním líbat, také poměr spolužačky Andreji s ženatým Rokytou pokračuje. Paní Lukešová pracuje v laboratoři - vymáhá z dealera lék mukozalin, který patrně potřebuje na uklidnění. V sousedství satelitu hrozí otevření starého lomu. To by znehodnotilo zdejší pozemky a proto Rokyta pověřuje svého nohsleda Fířta, aby donutil majitele lomu k prodeji. Kadlec odmítá nabídku Ouvína, aby jel místo něj na stáž do Francie. Odmítl to kvůli své ženě - a proto musí cítit jako podraz, když se dozví, že ona to přijala.

4. díl: Maturita

Kadlecová odjíždí místo svého manžela na stáž do Francie. Šéfredaktor Ouvín se ze zdravotních důvodů vzdává funkce šéfredaktora a jmenuje místo sebe Janoucha. Kadlec připravuje článek o místních podnikatelích, ve kterém otiskne netaktické prohlášení pana Jeřábka, asistenta Rokyty. Toho to popudí a zařídí u Janoucha, aby článek nevyšel.

Janouch Kadlece přeražuje do společenské rubriky po jeho ženě. Andrea se dále schází s Rokytou, dostane od něj drahý fotoaparát, stejný jako chystá Rokyta pro Milana za maturitu. Když si ale svého milence vyfotí, Rokytu to velmi popudí. Navrhne dokonce rozchod.

U Lukešových se stále více nedostávají peníze. O to více se Lukešová upíná na dealera léků pana Chrásteckého, neboť od něj bere něco na uklidnění. Lukešovi musí dát dokonce do zastavárny televizi, ale mobil za maturitu Lukeš Martině přece jen koupí. Celý díl kulminuje právě maturitními zkouškami a pak maturitním večírkem, kde ale Milan Rokyta nedopatřením objeví v Andreině fotoaparátu otcovu fotku. V závěru odváží klavírista Doskočil svého otce do domova důchodců.

5. díl: Kozácká vodka

Milan obviní svého otce z poměru s Andreou. Fiřt podpálil auto majiteli lomu Dvořákovi, aby ho donutil prodat lom Rokytovi. Od téhle akce se ovšem Rokyta distancuje stejně jako od Fiřta. Janouch dává Kadlecovi za úkol článek o zlaté svatbě v domově důchodců. Kadlec však přitom narazí na zajímavější téma: jeden z důchodců se málem otrávil na oslavě alkoholem. Shodou okolností jde právě o tu vodku, kterou vozí jako nic netušící závozník Lukeš. Vodka je pašovaná a značně nekvalitní.

Nová Doskočilova milenka Klimetská seznamuje svého klavíristu s ředitelkou filharmonie. Doskočil skutečně dostává nabídku nastudovat sólový koncert. Dodavatel léků pro paní Lukešovou snižuje dodávky a dává najevo, že už tuší, pro koho ty léky jsou. Milan byl přijat na práva. Dostává za odměnu od otce jazykový kurs v Londýně. Milan by chtěl, aby Martina mohla jet s ním, Rokyta by dokonce byl ochoten to zaplatit i pro ní, ale Lukešová se zásadně postaví proti. Je už velmi nervózní z nedostatku léků.

Milan je velmi zklamaný, že s ním Martina nemůže do Anglie. Na večírku u Lukešových dojde k trapasu - hosté by se málem napili té jedovaté vodky a Lukeš musí přiznat barvu. Klimetská shání Doskočila, ale v jeho posteli už se nachází Andrea. Chrástecký se zlobí na Lukešovou, myslí si, že si na něj stěžovala u ředitele. Jeřábek oznamuje Rokytovi, že zatkli Fiřta.

6. díl: Koncert

Lukeš oznamuje panu Eliášovi, že u něj jako závozník končí, protože šmelinu vozit nehodlá. Doskočil neuspěje na zkoušce s dirigentem filharmonie a vidina sólového

vystoupení se rozpadá. V krizi se zneuznaný klavírista rozchází i s paní Klimetskou. Textilku navštěvují Holanďané a požadují před uzavřením smlouvy náročnou stavební úpravu.

Martina nastupuje do práce u matky v laboratoři. Nelíbí se jí tam, a tak uvítá nabídku Kadlece na výlet do Prahy na výstavu průmyslového designu. Lukeš se setkává s bývalou ředitelkou textilky Ivanovskou - cítíme, že ti dva si jsou blízcí. Sejdou se spolu v drahé restauraci a mají si o čem povídat. U Rokytových se porouchalo čerpadlo u bazénu. Lukešová donutí svého manžela, aby čerpadlo opravil a to se mu posléze vyplatí - Rokyta se rozhodne pověřit ho opravami v továrně, které vyžadují Holanďani. Má si vybrat partu řemeslníků, kterým bude šéfovat. Andrea sděluje Rokytovi, že je těhotná. Ten očekává, že si to Andrea nechá vzít, ale Andrea uraženě odchází. Skončí v náručí Doskočila - oba se cítí být na dně. Jeřábek sděluje Rokytovi, že Fiřta pustili z vazby.

7. díl: Lom

Fiřt zahájil v lomu odstřely. Vytáhl tým do války proti Rokytovi, pro kterého a za jehož peníze lom koupil. Ničí tým hodnotu parcel, které Rokytovi v satelitu patří. Lukeš se svými chlapy pracuje na opravách ve fabrice. Objeví se bývalá ředitelka Ivanovská a přiváží mu plány elektroinstalace, které z pomsty schovala. Domluví si spolu rande. Přestože jsou si oba velmi blízcí, Lukeš nakonec hranici přátelství překročit nedokáže a pozvání do bytu odmítne. Cítí totiž zodpovědnost za svou ženu, neboť její závislost na lécích se definitivně potvrdila, když Hanička náhodou objevila celou hromadu krabiček od léků. Doskočilovi se zhroutil sen o sólovém koncertu. V krizi urazí svou milenkou Klimetskou, celý den pak hledá Andreu a nechává jí vzkazy na mobilu. Andrea ale mobil zapoměla na gynekologii.

Šéfredaktor Prostoru Janouch se rozhodne - přes varování Kadlece - zveřejnit informace o Rokytovi, které se přinesl Fiřt. Tenhle článek velmi rozezlí Rokytu a snaží se získat Kadlece na svou stranu. Chce, aby napsal článek do celostátního deníku. Lukešová se snaží bojovat se svou závislostí na lécích, ale je jí stále hůř. Vyvolává hádky, rozhodne se sice vydat manželovi své zásoby, ale pak to nevydrží a prosí aspoň o jedinou tabletu. V závěru dílu se Andrea konečně objeví u Doskočila - a sdělí mu, že s ním čeká dítě.

8. díl: Studio

Lukešová utrpí šok, když se v laboratoři objeví nový dodavatel léků místo pana Chrásteckého, kterého údajně vyhodili pro kšeftování s léky. Dodávky léků tak byly přerušeny a Lukešové je stále hůř. Kadlec se dále sblíží s Cihlářovou. Jejich posezení sice přeruší drbny ze satelitu, ale Kadlec se večer vrátí - a s Cihlářovou se vyspí. Doskočil v baru oznámí Andreji, že je připraven si ji vzít. Navštěvují spolu tatínka v domově důchodců, kde mu sdělují své rozhodnutí. Andrea si představuje velkou svatbu, neboť jak tušíme, chce své štěstí manifestovat před Rokytou. Doskočil by spíš byl pro svatbu nenápadnou, neboť má své pochyby o jejich tak narychlo uzavíraném manželství. Soused Veselý nabídl Martině místo v grafickém studiu, což velice rozzlobí Lukešovou. Rokytová informuje svého manžela o možnosti umělého oplodnění. Kadlec v Mladé Frontě skutečně napadl desinformace Fírta a Janoucha. Janouch to považuje za sabotáž a důvod k vyhazovu. Ale spokojený Rokyta zavolá Ouvínovi a výsledkem je absurdní obrat - totiž Ouvín nabízí místo šéfredaktora právě Kadlecovi.

Martina nastupuje do DTP. Je tu šťastná a hned první noc přespí u kolegyně Renaty. Další den se ovšem ztratí Lukešová. V těžkém "abst'áku" vyhledala Chrásteckého a páčí z něj léky - teď už za velké peníze. Lukeš řekne Martině o matčině závislosti. Na večírku u Rokytových představuje Doskočil Andreu jako svou nevěstu. Lukešové se udělá opět špatně, uteče z večírku domů, kde ji ale Lukeš přistihne s lékem. Teprve teď Lukešová svolí, že se bude léčit.

9. díl: Veselka

V DTP studiu pan Veselý vypisuje vnitřní soutěž na návrh obalu pro sýr, který si u nich objednala mlékárna. Andrea se dostane do konfliktu s Doskočilem, který požaduje sepsání předmanželské smlouvy. Andrea navštíví Rokytu a dostane z něj vysokou částku jako odstupné. Doskočil je pak u notáře zaskočen, když se dozvídá, že Andrea přináší do manželství značnou finanční hotovost. Andrea tvrdí, že peníze má od otce. Kadlec nastupuje jako šéfredaktor a Janouch začíná provokovat pitím. Koleduje si - zatím marně - o výpověď.

Lukešovi jsou na návštěvě za matkou v nemocnici. Lukešová trpí fobií, že ji tu uvidí někdo ze sousedů. Hned po návratu domů se Anička ovšem podřekne, takže tu zprávu ví vzápětí celý satelit. Andrea zve Rokytovou na svatbu, pro Rokytu je to ovšem časovaná bomba. Souhlasí s Lenčiny návrhem pokusit se vyřešit neplodnost umělým oplodněním. Milan se vrací z Anglie - těšil se na setkání s Martinou, ale ta na něj teď nemá čas, neboť má na starosti Haničku.

Fířt navštěvuje Rokyta a nabízí mu odkoupení lomu za trojnásobek, což Rokyta odmítá. Za Martinou přichází kolegyně z DTP Renata. Chce jí pomoci a zároveň navrhuje spolupráci na sýrových obalech. Lékař propouští Rokytovou z nemocnice na oslavu svatby Doskočilových. Okolí reaguje přesně opačně než čekala: nikdo se jí vlastně ani nezeptá, kde byla. Oslava kulminuje opileckým výstupem Doskočila, který všechny zpouští. Stále se nevyrovnal se ztracenou uměleckou kariérou. Do nemocnice se vrací Lukešová - ale současně sem přichází i Rokytovi pokusit se o umělé oplodnění.

10. díl: Nehoda

Paní Lukešová trpí strachem, že ji někdo ze sousedů spatří v psychiatrické léčebně. Martina dochází ke Kadlecovi na počítač, vymyslí návrh na sýrový obal, Milan žálí. Rokyta žádá Lukeše, aby zorganizoval sobotní směnu, mají opět přijet Holanďani. Jenže ti nakonec smlouvu opět nepodepíší a Rokyta je na pokraji zhroutení. Ale dozví se v téhle chvíli o těhotenství své ženy. To nakonec změní i jeho rozhodnutí propustit všechny dělníky – Lukeš se dvěma pomocníky mohou zůstat. Pan Veselý v DTP vybírá návrh Martiny, což poněkud zaskočilo Renatu, která s Martinou pracovala na jiném návrhu.

Lukešová se potká v nemocnici s Cihlářovou, která vychází z onkologie. Ta se vzápětí loučí s Kadlecem pod záminkou, že odjíždí na Moravu. Také Rokytovi odjíždějí do Prahy, Milan zůstane sám doma. Vilu ovšem v noci vykradou patrně Fířtovi lidé – a Milan se v panické hrůze nezmůže ani na to, aby zavolal mobilem policii. Podpoří to jeho roztržku s otcem, neboť Rokyta přišel o všechny dokumenty týkající se lomu. Milan se stydí nejen za otce, ale už i za sebe. Loučí se s Martinou a také předčasně odjíždí do Prahy, kde má začít studovat. Hanička už je zase na návštěvě u Rokytů – při honbě za kocourkem ji ale porazí auto a je v bezvědomí převezená do nemocnice. Lukeš s Martinou to sdělují Lukešové v nemocnici, nemenšímu zoufalství ovšem propadá i Rokytová, která se za Haniččinu nehodu cítí vinna. Obě rodiny se sejdou v nemocnici. Naštěstí se Hanička probírá z bezvědomí...

11. díl: Poslední cesta

Lukešová se vrací z nemocnice - a dojde jí k slzám, jak hezky ji sousedky přijmou. Andrea s Doskočilem se vrací ze svatební cesty - Doskočil se cítí být stále ublížený, ale Andreinu nabídku hrát s rockovou kapelou odmítá. Rokyta žádá Kadlece o zveřejnění článku o novém kupci jeho textilky, Kadlec ale pověří opilého Janoucha, aby vše

prověřil. Lukeš se z radosti opije. Netuší, že jeho ženu čeká další zkouška - ředitel výzkumného ústavu se rozhodl Lukešovou propustit z práce. Rokyta, ale i sousedé se snaží obvinít z nehody řidiče nákladáku z lomu, ale důkazy jim chybí. Martinin návrh na sýrový obal ve tvaru srdce zvítězil v soutěži - všichni oslavují. Kadlec kvůli tomu dokonce zapomene na návštěvu u Cihlářové - a netuší, že to byla poslední příležitost vidět ji živou. Další den totiž krásná sousedka spáchá sebevraždu - a reportér už jenom přináší do redakce fotografie zdemolovaného auta. Také intriky kolem nehody malé Haničky mají svou dohru: Kadlec varuje Petruska před křivým svědectvím. Též se rozejde ve zlém s Rokytou, když mu odmítne tisknout materiály o fiktivním kupci jeho textilky.

12. díl: Konec světa

Rokyta si stěžuje na Kadlece Ouvínovi, ale ten ho nevyslyší. Přesto brzo Rokyta triumfuje, neboť kontrakt s Holand'any byl uzavřen. Na presentaci obalu na sýry se Kadlec dál sbližuje s Martinou. Renata ovšem žárlí a když Martina odmítne její "vyznání lásky", pomstí se jí fingováním svého autorství grafického návrhu. Pro Martinu je to velmi bolestné, řeší celou situaci s Kadlecem a nakonec skončí v jeho náručí. Maminka Lukešová ovšem pochopí, co se stalo - poměr Martiny se starším, ženatým mužem ji vyděsí. Trvá na tom, že se to otec nesmí dozvědět. Další den se Martina dozvídá, že Renata dala výpověď z grafického studia - je to de facto přiznání jejího podvodu. Šéf Veselý dokonce nabízí Martině vedení pobočky v Praze. Také pan Lukeš je úspěšný - nové vedení textilky se rozhodlo jmenovat ho šéfem správy budov a dokonce i paní Lukešová dostává nabídku pracovat v nemocniční laboratoři. Všechno by bylo zalito sluncem, kdyby Lukeš nedonutil svou ženu k návštěvě vystoupení pana Doskočila s novou kapelou. Tady na taneční diskotéce totiž i Lukeš pochopí, že jeho dcera chodí s Kadlecem a ztropí velký skandál. Andreji se udělalo nevolno a Doskočil ji doprovází domů.

13. díl: Všechno je jinak

Martina s Honzou Kadlecem se nechtějí rozejít. Nová situace ovšem nastává, když se - těsně před Mikulášem - z Francie nečekaně vrací Kadlecova žena. Dozví se o Honzově nevěře, ale nejprve nebere Martinu jako konkurentku. Když pak ale pochopí, že je to vážné, sejde se s Martinou a tlačí na ni, aby ji Honzu nebrala. Nátlak vlastních rodičů i Kadlecovy ženy, pochyby nad věkovým rozdílem, to všechno dočasně oba milence

rozdělí, ale ani tak se Kadlec ke své ženě vrátit nehodlá. Raději opouští dům a dočasně přespává v redakci, kde mu Janouch půjčí svůj tajný kutloch.

Průběžně se rozehrává druhý hlavní motiv - souboj obyvatel satelitu s lomem. Kadlec totiž díky Janouchovi objeví, že přístupová cesta k lomu vede přes soukromé pozemky. Paní Lukešové se potom podaří přimět majitele, aby pozemky odprodal. Kupcem je nakonec sám Rokyta. Díky tomu se podaří zabránit nákladákům, aby jezdily do lomu, a de facto tak přimět majitele lomu, aby zastavil těžbu. Jenže, paradoxně, majitelem už není Fiřt, který na poslední chvíli stačil lom ještě odprodat jinému zájemci. Rokytová navštěvuje v Praze Milana - ten jí slibuje, že na vánoce přijede. Celý satelit zatím žije přípravami na Mikulášskou.

Ukazuje se, že Kadlec ani Martina už nedokážou být jeden bez druhého - domlouvají si schůzku. Tu sice nakonec Kadlec díky Fiřtovi zmešká, ale konečné a definitivní setkání se odehraje právě na Mikulášské oslavě, kde se sejde shodou okolností příliš mnoho Mikulášů. Lukeš pochopí, že Martina se s Kadlecem nerozešla a - jak mívá ve zvyku - Kadlece insultuje. Ale happyendu už zabránit nedokáže. Ti dva spolu odcházejí do Prahy, kde Martina povede pobočku grafického studia. Na Andreu Doskočilovou čeká porod...

Příloha 2.: Informace o seriálu a jeho produkci (z oficiální stránky seriálu *Místo nahoře* na webu České televize www.czech-tv.cz)

Seriál *Místo nahoře* vysílala Česká televize od 5. dubna do 29. června každé pondělí na ČT1 od 20.00 hodin.

Autoři: Marek Dobeš, Jiří Pavlovský, Štěpán Kopřiva

Dramaturg: Ivo Pelant

Kamera: Petr Polák

Režie: Karel Smyczek

Hrají: Ondřej Vetchý, Barbora Munzarová, Simona Stašová, Miroslav Táborský, Tomáš Hanák, Petra Jungmanová, Barbora Seidlová, Lucie Šteflová, Václav Rašilov, Klára Apolenářová, Ivo Novák, Josef Somr, Vilma Cibulková a další

Hudba: Michal Pavlíček

Text písně: Vlastimil Třešňák

Zpívají: Vlastimil Třešňák, Michal Pavlíček, Michaela Poláková

Architekt: Milan Býček

Výtvarník kostýmů: Petr Kolínský

Umělecký maskér: Jiří Farkaš

Vedoucí produkce: Zdeněk Flídr ml.

Vedoucí produkce ČT: Ludmila Růžková

Producent ČT: Pavel Borovan

Výkonný producent: Space Films spol. s r. o. - Jiří Ježek

Šéfdramaturg: Jan Otčenášek

Šéproducent: Jaroslav Kučera

Text písně:

Ránům se to krásně dál rozednívá
nemusí bdít po nocích
ptákům se to krásně dál vznáší, lítá
nemusí žít po klecích
Jenže my, jenže my,
hrací kostky hází za nás příběhy
místo čísel mají otazník
První druhá neví, má-li hot čehý
třetí mizí v díře, divný kulečnick...
Kutálí se vážky dnů, osudů,
kutálí, bůhvíkde po světě
v podivní ruletě...

Proč jste se rozhodl natočit zrovna seriál? Máte pocit, že tento formát dokáže oslovit diváky více než film? Co pro vás seriál znamená - je to spíše snaha a touha vyprávět nějaký příběh/y, nebo ho vnímáte jako komerční formát, který má za úkol přitáhnout diváky k televizi?

Já to nerozlišuji, jestli se jedná o film nebo o seriál. V tomto případě byl seriál tak uzavřený, že se dá považovat za jeden rozsáhlý román vyprávěný v kapitolách. Pro mě v tom tedy není rozdíl, kromě většího rozsahu samozřejmě. Musím přiznat, že mě právě tyto typy románových seriálů zajímají víc. I když chápu, že pro televizi jsou žádoucí nekonečné seriály, mě ale tolik neoslovují, proto jsem už několik nabídek odmítl.

V seriálech ale přeci musíte počítat s tím, že diváka je třeba zaujmout hned v začátku, protože na ty další díly už se pak nepodívá, narozdíl od filmu, kde se pracuje trochu jinak.

Dá se samozřejmě dlouze mluvit o základních principech toho, jak diváka zaujmout pro další pokračování příběhu. To je pro mě ale trochu kalkul z té druhé strany. Tento aspekt člověk samozřejmě v sobě má, ale já mnohem více dbám třeba na to, jak se vyvíjejí jednotlivé postavy, jak postupuje jejich vztah, apod. Pro mě představa toho, jak diváka zaujmout, je vykalkulovaný technicistní přístup, který mi není moc blízký. Daleko víc mi jde o ty figury než o přesně vyhrocené zakončení dílu.

Jak vnímáte to, že byste svým produktem (seriálem) měl dostát určitým předpokladům a očekáváním svého sponzora, investora, v tomto případě ČT (později Novy)?

To samozřejmě roli hraje, bez ohledu na to, pro jakou je to televizi, protože výroba seriálu je drahá. Není nepodstatné, jestli se na ten seriál dívá dostatečný počet diváků. Na to já osobně ale hlavní důraz nekladu. Já prostě vycházím z toho, že jsem natolik normální, že to, co zajímá mě, by mohlo zajímat i určitý okruh jiných lidí. Zpětně se ale samozřejmě na ty grafy sledovanosti dívám, protože mě zajímá, kolik lidí se dívalo, kolika se seriál líbil a nelíbil, atd.

Jak se odrazí váš přístup k tvorbě produktu v případě, že se médium, pro které seriál vznikal, změnilo z veřejnoprávní televize na komerční? Změní se nějak vaše práce, váš přístup k danému produktu, v přístupu k potenciálnímu divákovi?

Vzhledem k tomu, že já jsem to pokračování seriálu na Nově nedělal, tak to nemůžu říct konkrétně. Podle mě bude pravděpodobně to vyprávění dynamičtější, rychlejší, důraz bude kladen více na ty střety a konflikty. Celkově to bude méně psychologické.

Velký rozdíl je vždy určitě v propagaci toho produktu. Protože to, co si v tomto ohledu můžou dovolit soukromé televize, si prostě ta veřejnoprávní dovolit nemůže, protože ona za ty peníze má povinnost natočit pět dokumentů.

Předtím, než jste začal seriál natáčet, jste nestudoval grafy sledovanosti seriálu podobného typu, abyste věděl, co diváky zajímá, přitahuje a baví?

Ne, protože to vás strašně zavalí hloupostmi a ty postavy vám pak utíkají. Málokdo je tak schopný, aby podle těchto ukazatelů mohl psát. Já se těmito grafy neřídil, to bych se pak stal otrokem diváka, nebo chcete-li sledovanosti, a to bych nerad. Pevně doufám, že existuje ještě prostor, v němž se tvůrčí člověk nemusí stát otrokem sledovanosti. To samozřejmě není pohrdání divákem. Když si ale vezmu *Kameňák*, který má 3 miliony diváků, vedle toho *Želary* mají poloviční počet diváků, něco to vypovídá. Pro mě to ale není důvod, abych začal točit ‚kameňáky‘.

Točíte a tvoříte pro konkrétního diváka? Jak lze zaujmout různorodé publikum, máte nějakou představu o vašem potenciálním publiku?

Já žádnou představu o svém divákovi nemám, protože netočím pro nějakého fiktivního diváka. Prostě jsou lidi, kterým je 70 let a *Místo nahoře* je zaujme, stejně tak jsou lidi podobného věku, které ten seriál vůbec neosloví, a jsou zase patnáctiletí mladí lidi, kteří ho se zájmem sledují, stejně tak jiní o něj nezavadí.

Práce na tomto seriálu byla dost specifická tím, že vznikly určité názorové střety a rozdíly mezi představami autorů scénáře a vašimi společně s dramaturgy (Ivo Pelant).

Autoři původního scénáře napsali 13 dílů, které se ale nedaly použít. To bylo evidentní, také to vyplynulo z posudků např. dramaturga Jarchovského a dalších. Velká část seriálu se tedy musela předělat. To se později projevilo na titulcích v závěru každého dílu, kde jsou

od čtvrtého dílu zmiňování pouze jako autoři námětu. Oni sami prohlašují, že od toho 4. dílu to už není jejich seriál.

Podle mého názoru byl problém v tom, že Marek měl bohaté teoretické znalosti, měl načteno spoustu knih a viděl snad milion seriálů a filmů, takže přesně věděl, jak by měl vypadat dobrý seriál. Napsat to potom je ale daleko těžší. Rozdíl mezi námi například byl, že on se zabýval, jak má vypadat seriál, a já jsem se zabýval satelitním městečkem, projezdil jsem mnoho z nich a strávil jsem neskutečné hodiny hovorem s jejich obyvateli. Já se tedy nesnažím přijít na to, jak to nejlíp udělat, aby to fungovalo, spíš se snažím přiblížit těm lidem, o kterých budu celý příběh vyprávět.

Pokud píšete takový seriál od stolu, začnete se samozřejmě zabývat otázkami typu jak vyhrotit každý střet, jak ukončit díl velkým otazníkem, aby měl působivost, apod. To usilování o nějakou výpověď, která mě na tom zajímá především, se pak vytrácí, a zůstává tam pouze to kopírování nějakých vzorů. Tím samozřejmě nevyklučuji nechat se někde inspirovat, já jsem například strávil mnoho a mnoho času s Jadou Dietlem, u kterého hledám inspiraci nejenom já, ale spousta dalších tvůrců. On měl ten dar, že dokázal seriál nejenom dobře napsat, ale uplatnil i své dramaturgické nadání. Uměl napsat postavy tak, že měly určitý rozměr, který byl lidem sdělný. Kromě toho dokázal skvěle pracovat s překvapivým paradoxem, jinými slovy dokázal naplnit část tužeb diváků, ale zároveň je dokázal překvapovat. Například když měl napsat pokračování prvních 13 dílů *Nemocnice na kraji města*, společně s režisérem Dudkem zjistili, že už není o čem psát. Nakonec ale chytře vymysleli obrat celého vývoje naruby a z doktora Blažeje, kterého na konci seriálu neměl nikdo rád, udělali lidskou bytost, kterou diváci pochopí a následně si ho i oblíbí. Tenhle vyprávěcí kotrmelec považuji za mistrovský nápad. Stejně mistrovský dramaturgický nápad byl v pohádce *Tři oříšky pro Popelku*, v níž kromě té zimy vymysleli, že Popelka nejde třikrát na ples, který je z hlediska dramaturgie nezajímavý, ale potká se s princem při třech různých příležitostech.

Lze divákům vnuknout určité emoce a jak? Je možné vést diváky emocemi skrze úhel kamery, nastavení, nájezd na detail, hudbou apod.?

Nejpodstatnější je výklad postav a situací. Já mám často tendence příběh uhánět a někdy už je to na úkor jasnosti a zřetelnosti.

Důležité samozřejmě je, aby tam měl divák prostor na to vcítování. To se ale odhaduje dost obtížně, hlavně když mám ten scénář dokonale načtený, postavy i situace znám. Takže se mi zdá všechno rozvláčné a pomalé. Odhadnout tenhle rytmus je nejzásadnější. U

divadelního představení například ten rytmus lze korigovat. Každý herec může například reagovat na diváky, může zrychlit, zpomalit v tempu, může si udělat pauzu na smích, apod. V seriálu oproti tomu vytváříte určitou konzervu citů a pocitů, které vás provázely celým procesem tvorby seriálu. Pak to v jednu chvíli musíte odevzdat a korigovat už nic nelze. V tomhle je ta rozhodovací zodpovědnost ještě větší než u divadla.

Co se týče emocí, já během přípravy a natáčení neuvažuji o tom, jestli tohle zaujme víc nebo míň. Já se držím scénáře a postav a snažím se to vyjádřit tak, aby mi to bylo blízké, protože to je pro mě nejpřesnější korekce. Nepřístupuji k tomu tak, že řeknu – tady to chce víc breku, to bude dojemnější. Ta postava je v určitém citovém rozpoložení, která ji vede tu k větší hysterii, tu k potlačenému smíchu, atd. Mně se zdá, že v tu chvíli je to správně pro situaci dané postavy.

Necháte se tedy vést hlavně tím, co byste si myslel, že by se stalo ve skutečnosti.

Spíš co se děje v mé představě. Podle mě je základem každé tvůrčí práce představitost. Já když čtu poprvé scénář, tak si každou situaci nějak představuji, ať už s konkrétními herci nebo bez nich. V každé scéně se snažím maximálně vcítit do každé z postav. Na základě toho pak zjišťuji, co by mohlo v mé nejintenzivnější představě nastat. To se pak snažím autorsky vyjádřit na základě konkrétních situací, které jsou nosné a sdělné.

V *Místě nahoře* je třeba scéna, v níž se Lukeš vrací opilý domů, se svou ženou už dlouho nebyli intimně spolu. Vyžene její kamarádky a začne se s ní skoro milovat na kuchyňském stole. Když jsem si tu scénu představoval, věděl jsem, že tam je v obýváku ta lampa. Takže jsem navrhl Mírkovi Táborskému, že by o ní mohl zavadit, aby se ještě víc shodila ta situace, aby se vypíchla jeho roztomilá, opilá nešikovnost v jeho usilování.

V televizní produkci jsou patrné mocenské vztahy. Představa publika a jeho přístupu k produktu v mysli producenta v mnoha případech převáží představu autorů o produktu. Platilo to i u vás, nebo jste měl volné pole, žádná omezení? Jaká byla vaše představa publika a jak moc se rozcházela s představou producenta? Musel jste dělat něco jinak, než jste chtěl?

To nebyla otázka rozdílnosti představ. My jsme se na začátku naprosto shodli s producentem Ježkem, že by to měl být pokus návratu k seriálům tzv. dietlovského typu. Pro mě to byl spíš problém konfliktu mé představy a vlastních schopností. Clověk si vždycky vysní, jak by měl ve výsledku ten produkt vypadat, a pak se už jen snaží co nejvíce se téhle představě přiblížit .

Například jenom výběr toho satelitu. Scénář potřeboval takový typ, kde jsou domy nasázeny jeden vedle druhého a jsou od sebe těžko rozeznatelné. Tomu vyhovovalo hodně satelitů, ale jen málo z nich bylo v krajině řešeno vertikálně. V nich, když jsem si představil scénu, kde herci stojí venku a za nimi jenom ty robustní, dřevěné ploty, byl jsem sevřený. To sice mohlo odpovídat pocitu vyprávění, ale za nějakou dobu by to začalo být vizuálně velmi nudné. Moje představy se pak hodně přizpůsobovaly tomu, co bylo reálně možné. Např. jsme měli velké štěstí, že jsme v tom našem satelitu měli lidi, kteří byli ochotní nechat hodně dlouho rozbořenou kuchyň, jiní zase odjeli na dlouhou dobu do zahraničí, apod.

Režisérova představa je pak taky hodně ovlivňovaná těmi řemeslnými detaily, jako je slunce, směr pohybu herců, apod. Mimochodem si všimněte, že ve válečných či historických filmech když postupují Němci nebo Napoleon na Moskvu, vždy jdou na plátně směrem zleva doprava. To souvisí s naším zafixovaným pohledem na svět jako na mapu, kterou máme před sebou. Pro orientaci diváka je otázka směru pohybu dost určující. Ale to asi vůbec nesouvisí s tím, o čem se bavíme.

Naopak, to právě velmi úzce souvisí s mým tématem. Práce se směrem pohybu a pohledem kamery je v seriálu *Místo nahoře* dost patrná. Například většina z počátečních dílů začíná pohledem sezhora na satelitní městečko, který nabízí interpretaci významu ‚místa nahoře‘ a nabádá čtenáře k určitým významům.

Ano, přesně tak. Podobné je to třeba s hudbou, na které jsme se mimochodem dost napracovali. Nejdřív jsme nemohli vymyslet nikoho, kdo by to měl zpívat. Ale když jsem pak uslyšel nahrávku s hlasy Pavlíčka a Třešňáka, bylo mi jasný, že to tak necháme. Bylo to takové syrové, upřímné, přesně to, co jsem chtěl. Samozřejmě kdybychom to chtěli udělat divácky atraktivnější, mohli jsme vybrat nějakého známého interpreta a píseň se pak mohla hrát v rádiích, atd.

Stejně dobře jako celkem se dá začít vyprávět i detailem. V našem případě celku to byl vždycky orientační záběr. A to samé platí i pro ukončení dílu, který můžete končit buď tím detailem, nebo uklidňujícím celkem, který já jsem často použil. V tom jsme se také rozcházel třeba s Markem, který říkal, že dnes je modernější používat spíše ten detail. Ale podle mého názoru jde hlavně o to, co je nejlepší pro ten příběh.

Dá se to shrnout tak, že vaše vyprávění je jakási umělecká interpretace toho, co se podle vás a vašich zkušeností v životě a v realitě děje?

To všechno je velmi úzce spojeno s faktem, že jako tvůrce nějakým způsobem pracuji s realitou. To, co se děje, nebo jaká je moje zkušenost, musím nějakým způsobem transformovat do toho příběhu. Nelze opisovat realitu, protože to by nemělo smysl. Vtip je v tom, že tu realitu je třeba prostřednictvím určitých prostředků povýšit na určitou výpověď. Tyto realie režisér skládá tak, že je umocňuje a že z nich vytváří konkrétní příběhy. A právě v uchopení těchto příběhů já vidím rozdíl např. v seriálu a v telenovelách, které mají s realitou pramálo společného.

Příběhy o lásce, zamilování a rozchodech se neustále dějí kolem nás a dít se budou. V okamžiku, kdy máte možnost jeden takový příběh vyprávět stovkám tisícům jiných lidí, je podstatné, že je to jenom váš prožitek.

Vrátím-li se k práci na vytváření seriálu *Místo nahoře*, pro mě to byla zdaleka nejtěžší práce, kterou jsem dělal, zejména z psychického hlediska. Byla dokonce fáze, kdy byl celý proces rozjetý a televize to zastavila z důvodu, že seriál, jak byl napsaný, nefungoval. Postavy byly vláčené kvůli autora, bez vývoje a bez logiky, ztrácely se, divák se ztrácel, zkrátka to vůbec nemělo zákonitosti seriálu. Celé to zkrátka postrádalo logiku děje. Postavy se chovaly pokaždé jinak, přesně podle toho – teď potřebuji diváka překvapit, tak ta postava udělá nebo řekne tohle, ale divák neví proč. Postavy si zkrátka žily tak, jak se to hodilo autorovi.

Snažili jsme se to s kluky pořád probírat, konzultovat a měnit v kooperaci. Problém byl celou dobu v tom, že oni to prostředí vůbec neznali, což je v tomto námětu přímo samozřejmost. V tomto bodě, kdy to televize chtěla celé zastavit, jsem se jim já osobně zaručil za to, že to dotáhnu dokonce. Od toho se pak odvíjely všechny další události, kdy jsme do napsaného scénáře museli ještě s dramaturgem Ivo Pelantem přímo zasahovat. On například vybudoval celou postavu Lukešové a její problém se závislostí na lécích. V původním scénáři byl sice naznačen její problém, ale pak se v různých situacích chovala úplně jinak. Dalším nedostatkem byla i literární zploštělost záporných postav, např. Tomáš Hanák jako podnikatel byl superhajzl. Navíc tam nebyl vůbec ten lom, který je ve vývoji příběhu docela zásadní. Ty všechny věci jsme pak museli předělat. Ve světle toho chápu, že se od toho seriálu jakoby distancovali. To byl zajímavý moment, do té doby ojedinělý, že autor nechce být podepsaný pod svým dílem, které je velmi úspěšné, a to tak, že vznikne i pokračování. Překvapilo mě ale, že to udělali až ke konci, v době, kdy se mi zdálo, že dochází k velkému smíru, a kdy jsem neměl žádné výhrady. Další překvapivá věc byla, že

z právního hlediska ze své vůle autory zůstali, takže honorář a tantiemy dostali oni. Já a hlavně Ivo Pelant, který to za ně prepisoval, za to nedostal ani korunu.

Když se pak seriál ukázal jako úspěšný, nastal sporný okamžik v tom, jak určit, do jaké míry za tu úspěšnost můžou oni a do jaké já a Pelant. A jak s tím pak souvisí logicky to, že se ani nechtějí podepisovat jako autoři na titulky? Stejně tak i to pokračování na Nově. Já to považuji za velkou levárnu. Právně je to sice asi v pořádku, dokonce i název pozměnili, aby se distancovali od toho našeho seriálu, ale všichni, kdo na tom dělali, musí vidět, jak velký podíl jsem na tom měl já. A přestože to nazvou jinak, do značné míry dělají pokračování něčeho, co vzniklo mimo ně.

Překvapující pro mě bylo, že ačkoliv jsem to v té látce cítil, u těch mladých autorů jsem nezaznamenal potřebu nějakého sdělování a výpovědi. Pak z toho vyšel souboj spíše se řemeslnou zručností, který vytlačil tu touhu výpovědi o těch lidech.

Na čem podle vás závisí úspěšnost a kvalita televizního produktu? Jde hlavně o to popisovat realitu, vytvářet příběhy ze života?

Úspěšné jsou například americké sitcomy, které přijímáme s takovým nadšením, protože je nepoměrujeme s naší realitou. Telenovela taky funguje, protože to je jiný svět, ne přímo pohádkový, ale nereálný. Na to divák přistoupí, ale v okamžiku, kdyby se úplně stejný text přesadil do českého prostředí a produkce, divák by tím opovrhoval. Když si vezmete třeba to prostředí, ve kterém hrají. To už ani není dekorace, to je pouze zátiší s vázou, to je absurdní. Jejich úspěšnost pak spočívá v tom, že útočí na tu nezákladnější podstatu, tedy na emoce diváka.

Hodnotícím měřítkem kvality seriálu nebo jiného televizního sdělení nemusí být přesný odraz reality, ale podle mě je nejcennější, když se podaří vyprávět příběh, který je odrazem reality a zároveň je v něm něco povznášejícího. Hamlet je například příběh, který končí špatně, je tam hodně mrtvých, ale etos toho příběhu je tak velký, že nakonec vyznívá jako povznášející. Je to úvaha o smyslu života. Mně je jasné, že seriály nejsou úvahou o smyslu lidského života, ale musím se přiznat, že já je s tou vizí točím. I u Místa nahoře díky té práci a některým postavám, si myslím, že takhle můžu uvažovat.

Proč jste se rozhodl napsat zrovna seriál? Bylo to na zakázku? Co pro vás znamená - je to spíše snaha a touha vyprávět nějaký příběh/y, nebo ho vnímáte jako komerční formát, který má za úkol přitáhnout diváky k televizi?

Já jsem seriál nikdy dělat nechtěl, vždycky jsem jimi trochu pohrdal. S mými kolegy jsme původně napsali komedii pro teenagery, kterou jsme nabídli producentovi Ježkovi. Řekl nám, že to nejde zrealizovat a doporučil nám, abychom napsali něco pro dospělé. To bylo za doby Jakuba Puchalského, kdy se Česká televize chtěla pustit do seriálu. Tak jsme přinesli námět, se kterým byli spokojeni, a začala naše scénářistická spolupráce s Českou televizí. V té době tedy jsem měl už za sebou krátký film *Byl jsem mladistvým intelektuálem*. A v době, kdy běžel seriál v televizi, jsem se díky filmu *Choking Hazard* stal režisérem celovečerních filmů.

Jsem pyšný na to, že jednou nohou stojím v žánru černé komedie a druhou v žánru televizního seriálu a oboje zvládám na určité profesionální úrovni.

Oboje je váš projev seberealizace, určité výpovědi?

Seriál určitě ne, ten film je daleko osobnější.

Jak se postupuje při psaní seriálu?

Ani jeden z nás nemá žádné školy, ani praxi, jsme takoví samouci. Předtím jsme maximálně napsali nějaké filmové kritiky, později jsme psali povídky. První věc, kterou jsme udělali před začátkem práce na seriálu bylo, že jsme nakoupili spoustu odborné literatury, převážně z USA, kde autoři přesně zpracovali strukturu seriálu. Kromě toho, že jsme rozebrali strukturu seriálu teoreticky, jsme se pak zaměřili i na praktickou část a začali jsme sledovat a analyzovat ty úspěšné televizní seriály. Od *Nemocnice na kraji města*, *Života na zámku*, *Byl jednou jeden dům*, taky *Knots Landing*, atd. Udělali jsme tedy takový rozbor struktury výstavby seriálu tohoto typu (přerušného příběhu s dějovými liniemi, které se stále vyvíjejí). Pak jsme teprve začali s psaním scénáře.

Podle čeho jste vybrali ty seriály, na nichž jste sledovali strukturu výstavby příběhu?

Podle kvality seriálu.

Co je podle vás kvalita seriálu?

Obecný pocit publika a kritiky, že seriál je dobrý. To, na čem se lidi shodnou, že je dobrý seriál. Dobrý seriál je *Nemocnice na kraji města*, *Eliška a její rod*, *Byl jednou jeden dům*, *Sanitka*, *Bylo nás pět*.

Přišli jsme na to, že struktura toho daného typu seriálu je více méně identická jak v českých, tak v amerických seriálech. Vždy je tam hlavní hrdina, který je znázorněn v rovině pracovní i osobní, jedna je upřednostněna víc, druhá míň. To vychází z toho, že narozdíl od románu je v seriálu nebo filmu jasně vymezený čas, během něho je třeba dovést diváka k co největší katarzi. Díky tomu, že v Americe to dělají jak na běžícím páse, vyvinuli jakýsi postup, který se samozřejmě dá obcházet, ale člověk by ho měl znát.

Jak vás ovlivnilo to, že jste seriál psali ve třech?

Vždycky jsme se museli mezi sebou domlouvat. Nikdo neměl právo veta, pokaždé si každý musel obhájit svůj nápad a svoji vizi, proč zrovna tohle do seriálu dát a proč ne. Od intuitivního psaní jsme se tedy posunuli k psaní, které jsme si dokázali zdůvodnit, proč je to dobré.

Díky tomu, že jsme psali ve třech, si myslím, že jsem schopen posoudit a zanalyzovat svoji práci, že nejsem intuitivní psavec.

Vnímáte to, že svým produktem (seriálem) byste měl dostát určitým předpokladům a očekáváním (určitá popularita, sledovanost) svého sponzora, investora, v tomto případě ČT, později Nova?

Určitě ano, asi tak jako u všeho. Ale člověk spíše přemýšlí, komu je ten seriál určený. U nás, bohužel, je drtivá většina seriálu určená ženám. To vychází z peplemetrových měření, ze kterých vyplývá, že pro největší share je třeba získat pozornost žen kolem padesáti let se základním vzděláním. To je nejširší divácké zázemí, které je možné na českém trhu získat.

Tyhle data jsme ale nevěděli, když jsme psali *Místo nahoře*. Měli jsme jenom zadání – napsat realistický seriál ze současnosti pro celou rodinu. Takže my jsme spíš přemýšleli, jak to napsat, aby to opravdu zaujalo celou rodinu. V tom se právě liší psaní pro televizi a pro film. Když člověk píše film, má velmi volnou ruku, vychází z toho, co by chtěl dělat, a doufá, že to bude zajímat i publikum. Televizní tvorba je jiná v tom, že díky peplemetrům má jasnou představu, jaké publikum oslovuje a jaké by chtěla oslovit.

My jsme sice data tehdy neznali, ale věděli jsme, že pokud chceme zaujmout celou rodinu, musí tam být mladá holka (Bára Seidlová), která prožívá podobné věci, jako diváčky, které chceme oslovit. Chtěli jsme zaujmout chlapy, takže vznikla postava sympatického

novináře, kterého hrál Ondřej Vetchý. Taky jsme tam měli postavu bláznivého dědečka, se kterým se zase ztotožní starší lidi.

Seriál musí mít i zápornou postavu, aby docházelo ke konfliktům, které posouvají děj. Takže máme Rokytu. Obecně vzato to jsou všechno scénářistické principy, které musí seriál splňovat, aby vznikl zajímavý a poutavý příběh. Jestliže chci v seriálu konflikt, tak tam musím mít nějakou zápornou postavu. Anebo tam musí být lidi, kteří jsou do konfliktu tlačeni okolnostmi. Ale vzhledem k rozsahu seriálu je jedna záporná postava šikovnější.

Jak se odrazí v psaní to, že z původního investora (zadavatele), kterým byla veřejnoprávní televize, se stala komerční televize? Změní se nějak vaše práce, váš přístup k danému produktu, váš přístup a představa potenciálního diváka?

Moje práce se změnila v tom, že oni věděli naprosto přesně, pro koho ten seriál chtějí. Ukázali mi sledovanost první sady, ze které vyšlo, že seriál sledovali více středoškoláci a vysokoškoláci, a řekli mi, že je třeba příběh směřovat více k divákům se základním vzděláním. Ve výsledku to znamenalo to, že první dva díly, které jsme psali ještě pro veřejnoprávní televizi, jsme celé přepsali. Na konkrétní scény si už nevzpomínám, ale celkově vzato byl víc zdůrazněn motiv červené knihovny. Předtím šlo o realističtější pojetí příběhu, byl to víc otisk života. Potom to byla víc pohádka. Ale to je právě způsob, jak získat publikum, jaké chce Nova. Tím se ale člověk samozřejmě neubrání různým klišé.

Jak fungují seriálová klišé? A dá se o seriálu mluvit jako o kýči? Mnoho lidí, kteří se seriálem zabývají, at' už ho tvoří či kriticky analyzují, tvrdí, že vytvořit fikci, které divák uvěří, znamená vytvořit kýč.

Dá se říct, že ano. Červená knihovna je ve své podstatě kýč. A seriál je z velké části taky kýč. Motiv závislosti Lukešové na prášcích je klasické seriálové klišé. V každém ženském seriálu má dříve nebo později hrdinka problémy s alkoholem, podpůrnými léky, atd. V různých podobách se tento motiv neustále opakuje. Jde ale o to, jak jsou tyto motivy uchopeny. V tom vidím kvalitativní rozdíl mezi *Místem nahoře* a jinými seriály. Podle mě zde seriálová klišé byla uchopena kreativním a zajímavým způsobem.

V psaní seriálu se člověk prostě neubrání určitému opakování a kopírování. Např. motiv klavíristovy (Doskočilovy) obavy ze zranění ruky, které ale bylo později škrtnuto kvůli Nemocnici na kraji města po 20 letech, kde se tento motiv objevil taky a seriály běžely ve stejnou dobu. Navíc celý motiv je ukradený z amerického filmu *Fingers*.

Pro mě je seriál svébytný žánr, který jsem objevil díky psaní scénáře *Místo nahoře*. Dovoluje autorovi jiný způsob vyprávění hlavně díky delšímu časovému horizontu, v němž se mohou postavit rozvíjet a děj posouvat.

V televizní produkci se zřetelně projevují mocenské vztahy. Představa publika a jeho přístupu k produktu, a tedy představa výsledného produktu v mysli producenta vždy převáží představu autorů produktu. Jak to vnímáte? Jaká byla vaše představa publika a jak moc se rozcházela s představou producenta? Musel jste dělat něco jinak, než jste chtěl?

Vývoj *Místa nahoře* byl atypický. Ten scénář jsme psali pro Českou televizi, ale skrze Ježka (Space Films), který nám tím dal profesionální šanci. Mezi sebou jsme se dohodli, že cokoli bude chtít měnit, změníme. Takže spolupráce s producentem, dramaturgem probíhala dobře, dalo by se říct až ideálně. Komplikace nastaly až v momentu, kdy angažovali Smyczka, který začal zasahovat do scénáře.

On neuznává žádné struktury seriálu, je to typ intuitivního tvůrce. My jsme tam například měli ty emocionálně vyhocené scény, každý díl končil otázkou a další podobné věci, které by se daly považovat za základ seriálového vyprávění, tohle všechno on ale neuznával. Jemu přišel zajímavý vývoj vztahu mezi dvěma hrdiny, začal se v něm pitvat, čímž úplně zastavil ten tah na branku, který seriál měl, a všechno uvízlo na mrtvém bodě. Tím vlastně porušil to pravidlo toho, „co bude následovat“ (Američani to nazývají WCN – *what comes next*). Divák pořád musí být napjatý, jak to dopadne, jak to skončí, přistihne ten Táborský Stašovou s těmi léky, a co to bude znamenat, vykašle se na ně a odejde od rodiny, apod. Vedle toho se samozřejmě dá popsat na několika stránkách obyčejná situace, např. rozhovoru, jak mu chutnala svačina (což nenabádá vůbec k tomu, aby si divák říkal, co přijde, jak to dopadne, apod.). A tuhle linii prosazoval Karel Smyček. Jestliže tam nechci mít pořád jenom napětí toho *what comes next*, můžu třeba chytat za srdce, tedy nějaké emocionální motivy.

Lze podle vás divákům vnuknout určité emoce a jak? Jak své diváky ‚nutíte‘ k emocionálním prožitkům?

To jsou zase scénáristické principy, někdo se například zastane slabšího, ublíženého, černocha, homosexuála, nebo třeba mentálně nemocného, který se proti tomu systému nemůže bránit. Ztělesněním tohoto principu byl americký film *I am Sam*, v němž mentálně postižený člověk bojuje o získání péče své dcery. Mám-li říct konkrétní momenty ze seriálu

Místo nahoře, tak za emocionální se dá považovat např. scéna, kdy Kadlecovi odjíždí manželka, nebo když Lukeš pro svou rodinu krade a Šrédr ho pak veze policejním autem na místě, kde se vozí zločinci, atd. Základem je, aby divák ten příběh prožíval. Jeden prvek, jak toho dosáhnout, je napětí, druhý emoce. Například všechny seriály z nemocničního prostředí v sobě kloubí oba prvky dohromady, což diváka udrží.

Kde jste hledal inspiraci pro námět? Necháváte se ovlivňovat lidmi kolem sebe, médií, společenskou diskuzí na určitá témata, apod.?

Základní inspirace byla procházka kolem jednoho takového satelitu, kdy jsem si řekl, že bych tak nikdy nechtěl bydlet, z různých důvodů, např. tam nejsou samoobsluhy a jiné zázemí, všude se musí jezdit autem, atd. Druhý motiv kromě života v satelitu pak byl konflikt, který vznikne při střetu dvou světů v určitém prostoru. V našem případě jsou to ti boháči, kteří si koupili dům za normálních podmínek, na druhé straně jsou to ti, kteří k němu přišli díky okolnostem (kdy se domy prodávaly pod cenou kvůli finanční situaci vlastnické firmy). Ten motiv, jak se tam dostali ti lidé z nižší vrstvy, je podle mého názoru nedostatečně popsán. To je jedna z chyb režiséra, protože ve scénáři to bylo dost jasné.

Každopádně i přes tento nedostatek bylo zřetelné, že jsou dva světy, které se střetávají, z čehož pak vzniká spousta situací a konfliktů, např. ten kapesník v cizí popelnici, apod. Seriál prostě musí mít téma, hybnou sílu.

Je základem dobrého, úspěšného seriálu kladný hrdina?

To nelze říct takhle obecně. Liší se to seriál od seriálu. V našem případě byl hrdina kolektivní, to znamená okruh několika postav, které měly své chmury, ale ve výsledku byly všechny kladné. Kdyby tam ale nebyla postava Rokyty nebo Fiřta, ten seriál by neměl zdaleka takové tempo.

Záporné postavy jsou většinou žádoucí nejenom pro příběh, ale i pro diváky, protože nějakým způsobem překračují linii všedního dne. Samozřejmě existují seriály bez záporných postav, ale tam je nutné si všimnout jedné věci. Například *Ordinace v růžové zahradě*, tam nejsou žádné záporné postavy, ale to z toho důvodu, že tu roli záporného činitele jako hybatele děje přebírá příroda, nemoc nebo nějaká nešťastná náhoda.

Dalo by se to převést na *Místo nahoře* a definovat tento záporný činitel (přestože tam jsou záporné postavy) jako nepříznivá sociální situace rodiny, ve výsledku tedy sociální systém, který uvrhuje rodinu do neustálého existenčního tlaku?

Asi by se dalo říct, že tam funguje určitý sociální tlak, který v době psaní seriálu byl ještě větší (například nezaměstnanost byla vyšší než teď).

V našem seriálu je ale jasný záporák Rokyta a ještě Fiřt. Rokytu jsme původně napsali ještě zápornějšího, než nakonec byl. Zásluhou Smyczka se to trochu zmírnilo. Například původně měl on dát pokyn k zapálení auta svého protivníka, Fiřt to měl pouze vykonat (v seriálu je to celé nápad a akce Fiřta, Rokyta to od začátku odsuzuje). Když pak šel Fiřt na dalšího protivníka Rokyty, měl použít přímého vyhrožování rodině protivníka (protivníka měl upozornit, že by jeho dítě mohlo najít ve zmrzlině žiletku). V tento moment měl Rokyta vystoupit proti, odsoudit útok či vyhrožování rodině, protože on sám má rodinu. Tím by jasně stanovil hranici, za kterou by nebyl ochoten jít.

Je těžké posoudit, zda ty změny byly ku prospěchu nebo ne. Každopádně je třeba si uvědomit, že je dost obtížné udržet tu hranici uvěřitelnosti toho, co se v příběhu děje.

Přístupujete k seriálu jako k příběhu lidských individualit, které by lehce mohly žít takový život, jaký hrají, nebo vnímáte postavy jako vtělení určitých sociálních principů, na kterých je současná společnost založena a pomocí kterých vlastně vnímá a konstruuje realitu?

Chcete vyprávět příběh lidí, nebo chcete podat výpověď o společenských principech a hodnotách?

Je to směs, není to ani jedno, ani druhý. V případě *Místa nahoře* je to ale víc záležitost postav a zajímavých situací.

Je to práce s realitou. v našem případě s realitou mírně nafouknutou. V normálním životě nemám ve svém příbuzenstvu, mezi kamarády a známými nikoho, kdo by bojoval s takovou závislostí na lécích, že to může poškodit jeho mozek. Mezi známými mám lidi, kteří spolupracují s lidmi s „mafíanskými“ praktikami, ale neznám nikoho, kdo by dal zapálit někomu auto, aby prosadil svůj podnikatelský záměr, apod. Ovšem jsem přesvědčený o tom, že se to všechno u nás děje. Vezměte si orlické vraždy, Krejčíř má doma žraloka a podivnými způsoby utíká policii...tomu neuvěříš. Kdyby to někdo napsal do seriálu, tak si každý klepe na čelo. V tomto ohledu se tedy ta naše česká realita blíží k té evropské nebo americké. Už není vyloučeno to, že tady ve škole někdo začne střílet.

Když se ale vrátím k seriálu, musím říct, že jsme s tímto žánrem do té doby neměli vůbec zkušenost. Byl to náš první realistický příběh. Určitě se v tom odrazilo to, že jsme si některé věci neuvědomili, nebo uvědomili až v průběhu psaní a vlastně jsme vláli za tím, co

chceme říct. Karel Smyczek měl např. pravdu v tom, že jdeme za každou cenu po zajímavém a emocionálním vývoji situace, které často nevychází z charakteru té postavy, nebo že ten vývoj neodpovídal přípravné fázi ve vyprávění jedné epizody seriálu (která není obvykle příliš zajímavá, napínavá). Já jsem přesvědčený o tom, že pod velkým tlakem okolností se u postav může projevit to, co se normálně neprojeví, nějaké vlastnosti, reakce, apod. Někdy se hrdinové projeví jako zbabělci, jindy zase jako hrdinové. Ale je fakt, že k tomu musí vést situace, divák tomu musí rozumět.

Jaký byl záměr seriálu?

Záměr vycházel ze zadání, tedy popsat současnou českou společnost tak, aby to bavilo celou rodinu. My jsme si pak k tomu dodali, že bychom tím seriálem chtěli něco říct, ale v první řadě bylo to zadání. Když si vezmeme Nemocnici, kromě toho, že je zábavná, je v ní také obsažená určitá pravda o vztazích a o životních hodnotách.