

**UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE**

**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**

Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK



**Ondřej Holub**

**Rozdíly v používání mytologických  
archetypů ve zpravodajství veřejnoprávní a  
komerční televize**

**Bakalářská práce**

Praha 2011

Autor práce: **Ondřej Holub**

Vedoucí práce: **PhDr. Tomáš Trampota, PhD.**

Rok obhajoby: **2011**

## **Bibliografický záznam**

HOLUB, Ondřej. *Rozdíly v používání mytologických archetypů ve zpravodajství veřejnoprávní a komerční televize* Praha, 2011. 51 s. Bakalářská práce (Bc.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce PhDr. Tomáš Trampota, PhD.

## **Abstrakt**

Bakalářská práce nazvaná „Rozdíly v používání mytologických archetypů ve zpravodajství veřejnoprávní a komerční televize“ se nejdříve zaměřuje na vysvětlení pojmů mýtus a mytologický archetyp. Poté se zabývá různými aspekty jejich aplikace ve zpravodajství a různými přístupy ke klasifikaci prvků mýtického charakteru, které jsou obsaženy v mediálních obsazích a v příbězích, v nichž se snoubí realita s mýtem, obecně. Mytologické archetypy uvedené odborné literatuře jsou doplněny o srovnání s příklady z tradiční mytologie, zejména z germánské a antické. Práce si rovněž všímá mechanismů, pomocí kterých mýty odrážejí, legitimizují a upevňují společenský řád a iluzi o jeho meritokratickém charakteru. Závěr předchází vyhodnocení, kapitola, která názorně analyzuje používání archetypálních formulí v obou nejsledovanějších zpravodajských relacích v České republice. Tyto formule mají kořeny už právě v tradiční mytologii. Pro tuto část jsou zásadní zejména klasifikace Jamese Lulea a Roberta Rutherforda Smithe, které jsou předlohou pro vlastní srovnání zpravodajských relací. Události ČT a Televizní noviny TV Nova jsou porovnávány podle výskytu archetypů popsaných Jamesem Lulem a podle potenciálu iniciátorů zpráv přinášet informace na úkor mýtů či naopak, což jsou osoby či instituce, jejichž jednání se zdá které dané televizní stanici nejvíce hodné odvysílání. Míra využívání mytologických archetypů vypovídá o serióznosti zpravodajské relace – tedy jestli zpravodajství spíše informuje nebo baví.

## **Abstract**

The bachelor thesis named “The differences between using mythological archetypes in the news of public and commercial television“ first gives the explanation of the terms “myth and mythological archetypes“ and then it focuses on various aspects of using them in the news broadcasts as well as on various kinds of approach to classical elements of mythical character which occur in news contents and news stories

where reality is combined with myth, in general. The mythological archetypes mentioned in specialist literature are then extended by the comparison with examples from traditional – especially Germanic and antique mythologies. Further on the thesis also deals with the mechanisms by which myths are used to help reflex, legitimise and fix the social order and the illusion of its meritocratic character. The conclusion is preceded by the chapter analysing the use of archetypal formulas, which have their roots in the traditional mythology itself, in the two most popular news broadcasts in the Czech Republic. In this part the classifications made by James Lule and Robert Rutherford Smith are applied to the comparison of the news coverage on the public TV ČT 1 and the commercial TV station Nova. The TV news programmes „Události (Events) on ČT and Televizní noviny (TV News) on TV Nova are analysed and compared in terms of the occurrence of the archetypes described by James Lule, and the news initiators, i.e. the people and institutions whose feats and dealings each TV station considers worth broadcasting most. The use of mythological archetypes serves as a good indicator of the reliability of a news broadcast, i.e. whether it is rather a source of information or entertainment.

## **Klíčová slova**

mýtus, mytologický archetyp, informace, zpravodajství, iniciátor zprávy, veřejnoprávní televize, komerční televize, Lule, Barthes

## **Keywords**

myth, mythological archetype, information, news, starter of news, public television, commercial television, Lule, Barthes

**Rozsah práce:** 84 349 znaků s mezerami vyjma poznámek pod čarou. 88 945 znaků s mezerami včetně poznámek pod čarou.

## **Prohlášení**

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracoval/a samostatně a použil/a jen uvedené prameny a literaturu.
2. Prohlašuji, že tato práce nebyla použita k získání jiného nebo stejného titulu.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne \_\_\_\_\_

Ondřej Holub \_\_\_\_\_

## **Poděkování**

Na tomto místě bych rád poděkoval panu PhDr. Tomáši Trampotovi, PhD. za jeho vstřícnost při výběru práce a její vedení.

## Obsah

1 Úvod	3
1.1 Výběr práce	4
2 Cíl práce a metodika	5
2.1 Hlavní výzkumná otázka	5
2.2 Cíl práce	5
2.3 Metodologie	6
2.4 Mýtus jako nástroj bulvarizace médií	6
2.4.1 Informace versus mýtus	7
3 Východiska	8
3.1 Definice mýtu	8
3.1.1 Mýtus a mytologický archetyp	8
3.2 Typologie podle Jamese Lulea	9
3.2.1 Oběť	9
3.2.1.1 Oběť v mýtech	10
3.2.2 Obětní beránek	10
3.2.2.1 Obětní beránek v mýtech	11
3.2.3 Hrdina	12
3.2.3.1 Hrdina v mýtech	12
3.2.4 Dobrá matka	13
3.2.4.1 Dobrá matka v mýtech	13
3.2.5 Šibal, podvodník, zločinec	14
3.2.5.1 Podvodník v mýtech	14
3.2.6 Jiný svět	15
3.2.6.1 Jiný svět v mýtech	15
3.2.7 Potopa	16
3.2.7.1 Potopa v mýtech	16
3.3 Typologie podle Roberta Rutherforda Smithe	17
3.4 Funkce jednajících postav podle Proppa	17
3.5 Zpravodajské hodnoty	19
3.6 Novodobý pantheon	19
3.6.1 Společenský řád v médiích potomků Indoevropanů	20
3.7 Biologický determinismus a zpravodajství	21
3.7.1 Freudova teorie pudů	21

3.7.2 Pudy a tři společenské a kosmické funkce-----	22
3.7.3 Biologický determinismus a mýtus -----	22
<b>4 Vyhodnocení -----</b>	<b>23</b>
4.1 Iniciátoři zpráv-----	23
4.1.1 Iniciátoři zpráv – tabulky-----	23
4.1.1.1 Iniciátoři zpráv Česká televize -----	23
4.1.1.2 Iniciátoři zpráv TV Nova-----	24
4.1.2 Srovnání -----	25
4.1.2.1 Kategorie mající potenciál nést spíše informační hodnotu -----	25
4.1.2.2 Sporné kategorie-----	26
4.1.2.3 Kategorie nesoucí spíše mytologickou hodnotu -----	26
4.1.3 Shrnutí -----	27
4.2 Mytologické archetypy podle Luleovy typologie-----	28
4.2.1 Oběť -----	28
4.2.2 Obětní beránek -----	29
4.2.3 Hrdina-----	30
4.2.4. Dobrá matka -----	31
4.2.5 Šibal, podvodník -----	32
4.2.6 Jiný svět -----	32
4.2.7 Potopa-----	33
4.2.8 Žádný Luleův archetyp -----	34
4.3 Shrnutí-----	35
4.4. Nedostatky -----	36
<b>5 Závěr -----</b>	<b>36</b>
<b>6 Summary -----</b>	<b>38</b>
<b>7 Použité zdroje-----</b>	<b>40</b>
7.1 Seznam pramenů -----	40
7. 2 Seznam odborné literatury-----	41
<b>8 Přílohy -----</b>	<b>44</b>
8.1 Mýty z první strany -----	44
8.2 Mytologický slovník-----	45
8.2.1 Jmenný slovník-----	45
8.2.2 Místní slovník -----	50
8.2.3 Slovník pojmenování skupin a národů -----	51



## 1 Úvod

V nejobecnější rovině se bakalářská práce nazvaná „Rozdíly v používání mytologických archetypů ve zpravodajství veřejnoprávní a komerční televize“ zabývá některými aspekty zkreslování reality tak, aby byla lépe použitelná pro televizní zpravodajství.

Televizní zprávy, stejně jako jiné formy vyprávění, pracují s žitým světem, upravují jej, rekonfigurují jeho prvky, určují, které jeho části jsou hodny být zviditelněny a které ne. A přitom se samozřejmě řídí pravidly platnými pro diskurs televizního zpravodajství. Na základě těchto úvah vycházím z předpokladu, že zprávy jsou něčím jiným, než výběrem nepodstatnějších událostí dne a poté jejich čistým a nezaujatým popisem.

Televizní reklama zobrazuje výrobky. Ty se divákovi uloží do vědomí i podvědomí<sup>1</sup>, a on, když si má později vybrat mezi srovnatelným povědomým a nepovědomým výrobkem, jeho podvědomí zvolí ten povědomý. Podobně fungují i mytologické archetypy ve zpravodajství. Tvůrci zpráv vybírají povědomé příběhy nebo z nich povědomé, zdůrazněním či potlačením určitých aspektů, učiní.

Hlavní část této práce lze vnímat jako proces vypořádávání se s dvěma úkoly. Prvním je snaha objasnit mechanismy, díky kterým jsou mýty implantovány do zpravodajství (viz. kapitola 3). Druhým je potom vlastní srovnání využívání mytologických archetypů ve zpravodajství České televize a TV Nova (kapitola 4). První z těchto úkolů, který je z velké části tvořen literární rešerší, ukazuje různé přístupy ke klasifikaci příběhů. Tyto přístupy jsem vzal v potaz při srovnávání jednotlivých zpravodajských relací. I když se toto srovnání opírá zejména o typologii Roberta Smithe (v kapitole 4.1) a Jamese Lulea (v kapitole 4.2), zejména Proppův strukturalistický přístup mi byl velmi nápomocen při nahlížení na příběhy jako na soustavu opakujících se typů postav, které mají specifické funkce a vztahy s jinými postavami, které se rovněž stále opakují. Jeho metodika však není příliš aplikovatelná na zpravodajství, protože by se patně obtížně vypořádávala se statistickým souborem, který má sice konkrétní určitý počet prvků, ale tyto prvky jsou pouze synekdochou, reprezentanty většího celku, a závěry z nich vyvozované proto mají teleologickou povahu.

---

<sup>1</sup> Jak ukázal výzkum Herberta Krugmana prováděný roku 1969 (Carmichael, 2007).

Tato práce se také okrajově otírá o jedno z největších antropologických dilemat. Jsou mýty, mytologické archetypy, předávány z generace na generaci ústní či písemnou tradicí nebo jsou součástí naší biologické podstaty? Pokusím se v této práci nabídnout oba pohledy.

Mytologické archetypy, které tvoří typologii Jamese Lulea (Lule, 2001), a cenný příspěvek Vladimira Proppa (Propp, 1999), který ve své Morfologii pohádky rekonstruuje kouzelnou proto-pohádku, odrážejí přístup spíše kulturně deterministický, předpokládající dědičnost pomocí memů<sup>2</sup>, jednotek kulturní dědičné informace (Malinovský, 2009, s. 11). Rád bych poukázal i na skutečnost, že některé mýty vycházejí z nezděděné složky každodenního života, že vznikají kdykoli, kdy je pojem, předmět, objekt „*obsazený sociálním užitím, které (mýty) přidávají k čisté materii*“ (Barthes, 2004, s. 108) a také že cosi, co nazýváme mýtem nebo mytologickým archetypem není něčím jiným než odrazem naší vlastní biologické podstaty.

### 1.1 Výběr práce

Touto prací bych chtěl volně navázat na svou bakalářskou práci „Mytologie v kontextu dějin“ (uvedena rovněž v kapitole 6 – Použité zdroje), obhájenou v roce 2010. V ní jsem se zabýval příbuzností mezi jednotlivými mytologiemi Indoevropanů. Mýty jednotlivých národů srovnáním společných prvků poukazují na existenci proto-mýtu, mytologický archetyp. Aplikace principu vytváření mytologických archetypů pro mě byla dalším krokem. Poznatky nabyté v předchozí práci díky ní získávají aktuálnost. Poukazují také na skutečnost, že příběhy jsou dnes podobné, jako byly už ve starověku. Je dobré si uvědomit, že představa, že mytologie a žurnalistika vůči sobě rozhodně nestojí v binární opozici.

---

<sup>2</sup> Teorii o memové dědičnosti rozpracoval Richard Dawkins roku 1976 v knize *Sobecký gen* (Malinovský, 2009, s. 11).

## 2 Cíl práce a metodika

### 2.1 Hlavní výzkumná otázka

Hlavní výzkumné otázky bych uvedl dvě, podle dvou úkolů, které si tato práce dává a které jsou uvedeny v úvodu. *Proč jsou mýty součástí televizního zpravodajství a jak do něj pronikají? Jaký je rozdíl ve využívání mytologických archetypů ve veřejnoprávní a komerční televizi?*

### 2.2 Cíl práce

Cílem první části práce je upozornit na to, že mýtus může být využíván k manipulaci s mediálními obsahy. Takovou manipulací může být i snaha udělat zpravodajství zábavnější za účelem zvýšení sledovanosti. Kromě toho některé mýty mají i hodnotící, normativní charakter (čistá pravdivá informace je neutrální), díky čemuž osoby, které s nimi operují, mohou legitimizovat vzorce chování, které jim vyhovují.

Je nutné poukázat již na samotnou existenci používání mýtů ve zpravodajství, protože je důležité naučit se rozlišovat realitu a realitu zobrazovanou v médiích. To je úkol velmi ambiciózní a nejsem si jistý, zda zvládnutelný. Čeho je ale možné dosáhnout hned, je samotné uvědomění si, že zpravodajství je mýty kontaminováno a s tím vědomím jej sledovat.

Prostředky, dílčími cíly, kterých využívám, jsou měření výskytu některých mytologických archetypů a srovnávání určitých jevů, které se objevují ve zpravodajství, s tradiční mytologií, zejména s antickou a germánskou.

Cílem druhé části práce je rozhodnout, zda je rozdíl ve využívání mytologických archetypů ve zpravodajství mezi Českou televizí a TV Nova, které reprezentují jednotlivé typy televizí v duálním systému.

Měla by platit přímá úměrnost, že čím více mytologických archetypů ve zpravodajství, tím více je vysílání „neseriózní“, cílené na vnitřně nediferencovaného většinového diváka. Mytologický archetyp totiž primárně neinformuje, ale vyvolává u diváka emoce, pocit identifikace s problémem. Emoce má v podstatě každý, naopak každého nezajímají tytéž informace. S trochou odvahy by se dalo říct, že čím více využívá zpravodajství mytologických archetypů, tím více má komerční charakter, protože komerční úspěch úzce souvisí s výší sledovanosti pořadu.

## 2.3 Metodologie

Opakovaně jsem sledoval záznam hlavní zpravodajské relace České televize - „Události“ a TV Nova - „Televizní noviny“ ze dnů 7. 9. 2010, 2. 10. 2010, 3. 1. 2011, 17. 2. 2011, 2. 3. 2011, 8. 3. 2011 a 3. 4. 2011. Nejprve jsem krátce vypsál jejich obsah. Během dalších sledování jsem poté vytvořil tabulky podle dvou druhů kritérií tak, aby práce příliš nepřesáhla rozsah zadaný pro bakalářskou práci, aby obsahem dostala zadání práce a také aby její výsledky konvenovaly s informacemi z odborné literatury. K těmto kritériím jsem posléze jednotlivé mytologické motivy používané ve zprávách přiřazoval. Pro tento účel jsem zavedl hypotetickou škálu, jejímiž krajními body jsou pojmy informace a mýtus. Na tuto škálu jsem dosazoval iniciátory zpráv, abych zjistil, kterým typům iniciátorů zpráv jsou dveře do zpravodajství dané televize více otevřeny (kapitola 4.1).

Mými hlavními východisky jsou typologie nalezené v literatuře. Za klíčový zdroj pro kategorizaci zpravodajství bych označil práci Jamese Lulea „Daily news, eternal stories: the mythological role of journalism“ (Lule, 2001). Pro první část výzkumné části (kapitola 4) byla zase zásadní práce Roberta Rutherforda Smitha „Mythic elements in television news“ (Smith, 1997). Proppova „Morfologie pohádky“ (Propp, 1999) a zpravodajské hodnoty Galtunga a Rugeové (Galtung, Ruge, 1999) potom poskytly jiný pohled na mytologické archetypy, který práce Smitha a Lulea vhodně doplňoval. Ke srovnávání mýtů používaných v současnosti s mýty, jak jsou chápány v tradičním slova smyslu, jsem použil zejména Cotterellovu „Encyklopedii mytologie“ (Cotterell, 2000), Puhvelovu „Srovnávací mytologii“ (Puhvel, 1997) nebo přímo literární prameny.

Definici mýtu a mytologického archetypu jsem našel u Rolanda Barthesa (Barthes, 2004) v jeho „Mytologiích“ a u Jaana Puhvela, opět ve „Srovnávací mytologii“. Jejich pohledy na to, co je to mýtus, jsou rozdílné, ale podle mého názoru navzájem se nevylučující a oba přispívají k pochopení způsobů využívání mýtů nejen v televizním zpravodajství, ale v médiích obecně.

## 2.4 Mýtus jako nástroj bulvarizace médií

*„S rozvojem soukromých médií ve zpravodajství rozšiřuje vlastnost nazývaná infotainment. Ve věcné informaci tak nejde jen o strážlivé líčení událostí, ale spolu s úsilím připoutat za každou cenu čtenářovu nebo divákovu pozornost vstupují do textu dramatické děje, individuální lidské osudy, střety osob a názorů apod. (Kraus, 2008, s. 90)“*

Myslím, že je možné dovolit si pronést poněkud generalizující tvrzení, že masová média jsou z drtivé většiny placená z příjmů z inzerce. Tedy to, co se prostřednictvím svých obsahů snaží získat, je pozornost co největšího počtu potenciálních spotřebitelů výrobků inzerentů (Eriksen, 2005, s. 91). Z hlediska vysílače má tedy jím vysílaný obsah fatickou funkci (Kraus, 2008, s. 60) – udržet s příjemcem kontakt za každou cenu. Mytologické archetypy, příjemcům podvědomě známé, jsou jednou jedním z prostředků, jak tohoto cíle dosahovat.

#### **2.4.1 Informace versus mýtus**

*„K nápadným prolínáním mezi stylovými postupy dochází v současné době v médiích. Do věcného zpravodajství, ve kterém doposud převládal stylový přístup informační, totiž stále více proniká funkce ludická, zábavní“* (Kraus, 2008, s. 90).

Vycházejí z této teze publikované v knize „Jazyk v proměnných komunikačních kultur“ jsem pro srovnání zpravodajství jednotlivých stanic použil binárních opozic, kde na jedné straně stojí informace a na druhé mýtus. Většina zpráv se bude nacházet mezi krajními body. Výzkum by měl ukázat, ke kterému z těchto extrémů která z televizních stanic více inklinuje. Berme informaci, tedy novou skutečnost, jako meritum zprávy. Mýtus jí přikrášluje (či hanobí) a přibližuje divákovi. Některé informace, zabalené do hustého mýtického obalu, překročí mediální práh (viz. Gatlung, Ruge, 1999), i když se informace v nich obsažená příliš divákova života nedotýká, nevede ke zlepšení jeho znalostí a všeobecného přehledu<sup>34</sup>. Naopak některé informace, které jsou podstatnější, často takové, za kterými není žádný příběh, mýtus, se do zpravodajské relace nedostanou.

---

<sup>3</sup> Pokud tedy za všeobecný přehled nebereme to, co bylo včera ve zprávách. Je pravdou, že média některá témata nevybírají, protože jsou nejrelevantnější, ale právě díky jejich vysoké mytologické hodnotě. Jejich relevance se konstituuje momentem odvysílání.

<sup>4</sup> Viz. například nedávná kauzy Anny Janotkové. Mytologicky velmi silné téma. Příběh, který převypravuje pohádku o Červené Karkulce. Ovšem pro každodenní život diváků z něj nevyplývá mnoho, jedině snad ono poučení známé již od bratří Grimmů.

## 3 Východiska

### 3.1 Definice mýtu

Definice mýtu je samozřejmě mnoho. Pro účely této práce bych se rád pohyboval mezi těmito dvěma. Podle mého názoru jsou obě platné a zároveň se navzájem se nevyklučují. Pro používání mýtů ve zpravodajství je relevantnější definice Barthesova, Puhvel na druhou stranu vystihl podstatu podobnosti mezi současným používáním mýtů v médiích a tradičními mytologickými systémy.

Mýtus je „*system komunikace, sdělení, nikoli pojem či idea. Je to určitý modus signifikance, určitá forma. Nedefinuje se předmětem svého sdělení, ale tím, jakým způsobem toto sdělení vyslovuje*“ (Barthes, 2004, s. 107).

*“Mýtus je vytváření myšlenkových modelů, jejichž prostřednictvím skupina lidí formuluje sebepoznání a seberealizace, získává o sobě znalosti a sebedůvěru, vysvětluje příčiny svého bytí, povahu svého okolí a někdy se pokouší i narýsovat i svůj budoucí osud“* (Puhvel, 1997, s. 12).

#### 3.1.1 Mýtus a mytologický archetyp

Každý mytologický archetyp je mýtem nebo je z mýtů složen, naopak mýtus nemusí nutně být mytologickým archetypem. Jak píše Barthes: „*...existují formální meze mýtu, nikoli však meze substancionální. Mýtem tedy může být vše? Ano, jsem o tom přesvědčen, neboť univerzum skrývá neomezený počet možností*“ (Barthes, 2004, s. 107). Osobně bych tuto definici interpretoval následovně: Mýtus je cokoli, co není samo sebou. Tedy jakákoli forma sémiotické reprezentace, jakákoli člověkem konstruovaná nadstavba nad realitou, její ergonomizace, je mýtem. Což by, vezmeme-li v úvahu Husserlovu tezi, že objekt se vždy vztahuje k subjektu, v podstatě eliminovalo šanci, aby toto práce mohla k čemukoli dospět.

Proto je výhodnější využívat mytologických archetypů. Mytologické archetypy jsou uskupení mýtů. Tyto mýty společně tvoří určitý soubor, který je charakterizován svou povědomostí a všeobecnou známostí. Mytologický archetyp vzniká opakováním téhož příběhu, opakováním typů postav, jejich vztahů a jejich jednání. V tomto případě platí, že opakování je matkou signifikance (Barthes, 2004, s. 9).

Pro úplnost musím ještě dodat, že slovo mýtus je obecně vnímáno jinak, než jej definuje Barthes. Tato definice má blízko k Puhvelově. Tento druhý, tradičnější význam reprezentuje, příběh, složený z mnoha Barthesových mýtů. Mýtus v tomto významu má mnohem blíže k mytologickému archetypu, neboť soubor jeho postav a vztahů mezi nimi je pro mytologický archetyp předlohou. Zejména v kapitolách, které poukazují na

příbuznost mytologických archetypů používaných ve zpravodajství s bájemi, využívám slovo mýtus i v tomto tradičnějším významu. Navíc, podle teorie monogeneze<sup>5</sup>, je možné, že podobnost prvků v některých příbězích, je zapříčiněna tím, že pocházejí z jednoho proto-mýtu. Tím by se ne-Barteshova definice mýtu a mytologický archetyp staly synonymy.

### 3.2 Typologie podle Jamese Lulea

James Lule ve své knize *Daily news, eternal stories: the mythological role of journalism* nabízí 7 základních typů mýtů používaných ve zpravodajství. Jsou to: 1) oběť, 2) obětní beránek, 3) hrdina, 4) dobrá matka, 5) podvodník, 6) jiné světy a 7) potopa. Luleovu typologii uvádím jako první proto, že je pro tuto práci stěžejní.

V jedné zprávě se samozřejmě může objevit více Luleových typů mýtů. Některé dvojice lze dokonce nazvat komplementárními. Šibal (zločinec, „trickster“, podvodník) svým jednáním většinou způsobuje újmy ostatním bytostem, čímž se z nich stávají oběti. Oběti vytváří také mýtus o potopě. Dobrá matka zmírňuje utrpení obětí. Oběť také může někdy být zároveň obětním beránkem, ten naopak v některých případech může být zároveň hrdinou. Potopa se většinou odehrává v jiných světech atp.

Ke každému typu uvádím také příklady z mytologie, abych tak poukázal na hluboce zakořeněný historický základ těchto archetypálních formulí.

#### 3.2.1 Oběť

Smrt, újma, díky tomu, že je prezentována jako oběť, získává jistou vznešenost. Smrt sama o sobě je marná a zbytečná, zato oběť budí dojem, že je součástí jakéhosi vesmírného plánu, čímž nám pomáhá se vyrovnávat nejen se ztrátou<sup>6</sup>, o které zpráva referuje, ale také se smrtelností vlastní. Oběť musí být vždy konkrétní bytost či bytosti. Měla by být představena či alespoň zobrazena, aby bylo možné se s ní identifikovat. Například zpráva, která referuje o úmrtí 8 000 nekonkrétních osob při zemětřesení, nepřináší dostatečný empatický potenciál, protože se zaměřuje spíše na ničivou sílu živlu, resp. na mýtus o Potopě, (viz. kapitola 3.2.7), než na konkrétní lidský příběh.

*„Mýtus zlehčuje smrt. Mýtus mění smrt v obětování. Skrze příběhy o obětování oběti, mýtus nabízí usmíření a povyšuje život tváří v tvář smrti“* (Lule, 2001, s. 22).

---

<sup>5</sup> Mýtus vznikl na jednom místě. Poté byl nositeli kultury, ve které vznikl, rozšířen na místa, ve kterých se usazovali. Na změny v něm mohly mít vliv příběhy autochtonního obyvatelstva, odlišné geografické podmínky, vývoj jazyka, změna způsobu života aj. (Puhvel, 1997, s. 22-28).

<sup>6</sup> Některá úmrtí ve zpravodajství se dotýkají i diváků, téměř jako by se jednalo o členy jejich vlastní rodiny. Například po skonu princezny Diany nebo papeže Jana Pavla II televize odvysílaly záběry lidí, jejichž emocionální angažovanost zdaleka přesahovala ohradu ontologického bezpečí, která nás má podle Giddense před ztotožňováním každodenní reality s tou přenášenou médií, chránit.

Oběť je pasivní. Dopláčí na okolnosti, které nemůže ovlivnit. Oběti umírají při dopravních nehodách, při živelních katastrofách, v důsledku zločinného jednání druhé osoby... (Lule, 2001, s. 22).

Pro potřeby této práce jsem Luleovu oběť částečně redefinoval. Za oběti nepovažuji pouze ty, kteří při získávání této mytologické nadstavby zemřely, ale také ty, kteří byli zraněni či jinak poškozeni. Myslím, že ostatní předpoklady popsané Lulem zůstávají zachovány. Oběť je stále konkrétní bytost, jejíž příběh připomíná určitou formu utrpení, s nímž se na vlastní kůži nebo ve svém okolí může setkat kdokoli z diváků.

### **3.2.1.1 Oběť v mýtech**

Mýtus o oběti bývá většinou spojen s mýtem o hrdinovi či o obětním beránku. Oběť bývá často nejprve zrazena. Egypťský Usire svým bratrem Sutechem (Vilímková, 1977, s. 194), germánský Baldr proradným Lokim (Sturluson, 2003, s. 87), Leonidas ve zmýtyzované bitvě u Thermopyl Efialtem, Ježíš Jidášem. V irských bájích žárlivý Ailill mac Mata zastřelil Ferguse mac Róicha (Puhvel, 1997, s. 247). Příběhy Baldra, Ferguse mac Róicha či osetského Soslana zabitého vinou démona Syrdona poukazují na existenci indoevropského proto-mýtu, který se mohl stát předlohou pro stále populární archetyp oběti – zrazeného hrdiny (Puhvel, 1997, s. 252).

Neopomenutelnou formou oběti je sebeobětování. Nutno dodat, že tento mýtus se nachází na pomezí archetypní oběti a obětního beránka. Více se o tom proto rozepisují níže. Pasivních obětí, nekontaminovaných jinými mýty, je také celá řada. Jen pro ilustraci: nevinný vrah Hödr, který musí za nechtěný svůj čin do Helu (Sturluson, 2003, s. 100), germánského pekla, Gilgamešův přítel Enkidu, který je zabit bohy, nebo Nuada Airgetlám, který přichází v bitvě o ruku a proto je zbaven velení u Tuatha De Danannských (Cotterell, 2000, s. 153).

### **3.2.2 Obětní beránek**

Obětní beránek pomáhá společnosti či vládnoucí skupině, v tomto případě také skupině, která má možnost konstituovat mediální obsahy, negativně se vymezovat proti nežádoucím jevům. Tento mytologický archetyp „*brání dominantní paradigma, zažitý společenský řád. Brání a hlásá základní hodnoty a víru.*“ (Lule, 2001, s. 22)“ Obětní beránek demonstrativně zobrazuje, co se stane tomu, kdo pravidla platná v dané společnosti poruší. Mýtus identifikuje nežádoucí jev, „zlo“, a poté jej hanobí. Ve



zpravodajství to mohou být aktivisté všeho druhu, náboženské sekty, lidé s radikálními názory či zločinci (Lule, 2001, s. 23).

I mýtus o obětním beránku jsem uchopil trochu šířeji než Lule. Do této kategorie zahrnuji všechny druhy demonstrantů, i když nejsou třeba prezentováni zcela ve špatném světle. Ovšem jejich činnost poukazuje na skutečnost, že ve shodě se současným systémem také nejsou. Když vezmeme navíc v potaz Derridovu tezi předpokládající existenci plurality diskursů a Hallovu teorii recepce, uvědomíme si, že společenský řád – dobro a zlo - není, v globalizované společnosti více než dříve, snadné přesně pojmenovat.

Další problém nastal u zločinců, které jsem do této kategorie příliš často nezařazoval, protože charakter jejich trestné činnosti nebývá vědomě protispoločenský, ale spíš nahodilý. Vychází více ze sobeckých tužeb, než z touhy změnit svět, byť třeba k horšímu. Tyto osoby tedy podle mého názoru patří do kategorie „Šibal, podvodník“ (viz. níže). Na druhou stranu i Podvodník může být obětním beránkem, pokud je jeho čin médií zobrazován jako exemplární případ potrestání toho, jehož k činu, jímž se prohřešil proti společenskému řádu<sup>7</sup>, dovedly nežádoucí ideologické pohnutky. Zde si můžeme dobře uvědomit, jak média patrně od počátku své existence<sup>8</sup> pomáhají společenský řád konstruovat.

### **3.2.2.1 Obětní beránek v mýtech**

V téměř všech mytologických systémech, snad s výjimkou komerčního buddhismu, existuje postava či postavy, které reprezentují zlo jakožto binární opozici dobra, i když například v indoevropské mytologii se rozhodně postavy z tábora dobra vždy dobře nechovají, stejně tak, jako se zlé postavy nechovají vždy zle.

Naopak skvělým příkladem je biblický ďábel, jenž právě v binární opozici vůči Bohu, dobru, je terčem opovržení, protože narušuje přirozeně dobrý společenský řád.

Speciálním případem obětního beránka je sebeobětování. Sebeobětování je známé zejména z Nového zákona. Tento mýtus poukazuje na skutečnost, že aktuální společenský řád nemusí být nutně v souladu s „vyšším a absolutním dobrem“. Bůh otec obětuje Boha<sup>9</sup> syna sobě samému, čímž dochází k očištění, jsou smyty hříchy. Podobný

---

<sup>7</sup> Slovo řád chápeme jako pravidla aktuálně platná ve společnosti, nikoli jako antonymum ke slovu chaos.

<sup>8</sup> Viz. například „Boží“ příkazy ryze praktického charakteru v knize Leviticus.

<sup>9</sup> Bůh je sice trojjediný, ale snad se příznivci tradičního katolického výkladu Nového zákona nebudou zlobit, když z jejich víry tvrzením, že trojjediný Bůh má jedno vědomí a tedy otec cítí synovu bolest na kříži, neudělám polyteismus.

princip nalezneme ale také ve slavnostech Akitu - Babylonské oslavě Nového roku<sup>10</sup>, kde je bůh Marduk obětován a znovuzrozen, aby po zimě došlo k obnovení přírody, či písňové Eddě, germánské sbírce bájí, kde Ódin visel na stromě světa po 9 dní a 9 nocí v oběť sobě samému (Heger, 2004, s. 67). Tento mýtus, možná pocházející z jednotného pra-semitského zdroje, s sebou také přináší implicitní vyjádření střetu již existujícího a nového.

Co je přirozené, je většinou považováno za dobré. Pokud je současný stav také prezentován jako dobrý, obětní beránek je negativní postavou, pokud není současný stav prezentován jako ladící s přirozeným dobrem, je spíše pozitivní postavou. Dodnes takového dobrého obětního beránka znázorňuje koncept bódhisattvů, kteří obětují svou blaženost, aby pomohli ostatním jí dosáhnout.

### 3.2.3 Hrdina

*„Hrdinové připomínají lidem, že i oni mohou uspět, že i oni mohou dosáhnout velikosti. (Lule, 2001, s. 23)“*. Jedná se o sportovní, filmové hvězdy, astronauty, umělce, premiéry, prezidenty atd. (Lule, 2001, s. 23). *„Zprávy produkují a reprodukují nadčasovou šablonu: narození do skromných podmínek, znamení velikosti v raném věku, výprava, triumf a návrat“* (Lule, 2001, s. 23).

Hrdina může ve zpravodajství sloužit jako někdo, kdo legalizuje společenský řád. Vítězí nad nepřítelem, je ztělesněním kladných vlastností, pomáhá vytvářet představu o meritokratickém charakteru společnosti tam, kde je to žádoucí (ve společnostech, které o sobě tvrdí, že jsou rovnostářské) a naopak tam, kde to žádoucí není, legalizuje výsadní postavení některé sociální skupiny (otrokářské, feudální společnosti).

Ve zpravodajství jsou hrdinové velmi často skandalizováni. Proto, i když by se dalo říct, že konkrétní osoba má hrdinský status, tak když se objeví takové diskreditující zprávy, není možné jí pod kategorií „Hrdina“ zařadit. Hrdinou může být ve zpravodajství i dříve nepovědomá osoba, která si svůj status zasloužila nějakým mimořádným výkonem – někdo, kdo úspěšně překonal životní překážky, policista, občan, který ohlásil korupční jednání nebo třeba vytvořil Guinnessův rekord.

#### 3.2.3.1 Hrdina v mýtech

Už Fitzroy Richard Somerset roku 1936 tvrdí, že archetyp má přednost před postavou a archetypní formule před historickým záznamem. Oidipus, Théseus, Iáson,

---

<sup>10</sup> Která kalendářně odpovídá době, kdy křesťanský svět slaví Velikonoce.

Bellerofontés, Romulus, Hérakles, Perseus, Pelops, Asklépios, Dionýsos, Apollón, Zeus, Josef, Mojžíš, Eliáš, Watu Gunung (Jáva), Nyikang (Horní Egypt), Sigfried, Llea Llawgyffes (Wales), Artuš. Společný mají urozený původ, neobvyklé početí, hrozbu zabití dítěte, záchranu a vyhnanství v mládí, po dosažení dospělosti návrat a uplatnění právoplatných nároků, vítězství nad protivníkem, manželství s místní dívkou urozeného původu, úspěšnou vlada, pád, exil, záhadný konec, často na vyvýšeném místě, zmizení tělesných pozůstatků, kenotafický kult u božího hrobu (Puhvel, 1997, s. 29, 30). Lulem nastíněná archetypální životní cesta hrdiny je samozřejmě pro současnost, pro hledání mytologických archetypů ve zpravodajství, lépe použitelná.

Zajímavé je si také uvědomit, že je tatáž hrdinská archetypální formule hojně využívána i v současné umělecké fikci.

### **3.2.4 Dobrá matka**

„*Dobrá matka nabízí mateřské pohodlí a ochranu*“ (Lule, 2001, s. 23). Přichází s útěchou ve špatných časech. Je vzorem mateřství a někdy i ženské role ve společnosti (Lule, 2001, s. 24). Mýtu o dobré matce si můžeme všimnout kdykoli, když média zobrazují a oslavují nějaký altruistický čin.

Dnes se jako dobré matky objevují většinou celebrity (Lule, 2001, s. 24), které často pouze podle diktátu poslední módy zviditelňování posilují svůj mediální obraz charitativní činností. Jako dobrá matka se v médiích může objevit i dříve neznámý člověk – lékaři, záchranáři, řádové sestry, kteří většinou pomáhají obětem medializovaných katastrof.

Kromě výše jmenovaných jsem mezi dobré matky zařadil také pracovníky neziskových organizací a poradatele dlouhodobějších i jednorázových dobročinných projektů. Za dobrou matku je také možné považovat představitele státní správy, kteří přijímají zákony vedoucí ke zlepšení životní úrovně starých a nemocných lidí či k posílení lidských práv.

#### **3.2.4.1 Dobrá matka v mýtech**

„*Mýty jsou vyprávěny o Gáie, Marii, Dianě (Artemis), Isis (Eset), Kali* (Lule, 2001, s. 24).“ K tomuto výčtu bych připojil ještě Frigg, ženu Ódina, matku Baldra. Dobrá matka, jakožto prototyp řádné ženy, vystupuje v mytologii ve dvou základních variantách. První je panenská bohyně, pro niž je charakteristická čistota a mravnost, druhou je bohyně domácího krbu. Například kapitolská trojice obsahuje oba typy – Minervu (Athéna, panenská bohyně) a Juno (Héra, patronka manželského soužití)

(Puhvel, 1997, s. 174). Hestie je potom jakýmsi svodným typem, panenskou bohyní domácího krbu.

Podle současnějšího pojetí, kdy více, než na pohlaví dobré matky, záleží na altruismu dotyčného, by bylo možné považovat za dobrou matku i moudrého kentaura Cheiróna, učitele hrdinů Achillea a Hérakla, léčitele Asklépia či vůdce Argonautů Iásona (Cotterell, 2000, s. 47).

### 3.2.5 Šibal, podvodník, zločinec

Často vyskytující se postavou je šibal podvodník. V Proppově kouzelné pohádce ho reprezentuje jednající postava škůdce (Propp, 1999, s. 70). Bývá hloupý, násilnický, bezcitný, je terčem opovržení a posměchu a zdrojem utrpení (Lule, 2001, s. 24). Jindy je podvodníkem, ne nutně hloupým, ale vždy zkaženým.

Do kategorie, která se v originále jmenuje „Trickster“<sup>11</sup>, tedy podvodník, jsem zařadil všechny postavy, které vědomě poškozují ostatní, nejpřesnějším pojmenováním tohoto typu by bylo slovo zločinec. Ovšem, jak už to tak v mýtech bývá, zločincem není někdo, kdo porušuje současný právní řád, ale hřeší proti obecné představě dobra, která má transcendentální charakter. Trickster musí být konkrétní osoba, protože anonymní přírodní síla ve své archetypální podobě vzbuzuje spíše strach a úctu než opovržení. Na rozdíl od případů, kdy bývá jako ztělesnění zla zobrazován Obětní beránek, není motivací Podvodníka žádný sofistický plán stojící na nějakém ideologickém základě. Trickster je hédonistickou, sobeckou a egocentrickou bytostí, jež je většinou ovládána svými nejnižšími pudy. Jeho chování je často nevypočitatelné.

#### 3.2.5.1 Podvodník v mýtech

Podvodník, zločinec bývá často fyzicky znetvořen nebo je napůl zvířetem. Jak píše Barthes ve svém textu o wrestlingu o bojovníkovi Thauvinovi, který ztělesňuje zlo: *„ošklivost je využívána k naznačení podlosti, takže skutečnost, že ho dav vášnivě zavrhuje, již není způsobována jeho úsudkem, ale nejhlubší podstatou jeho létoř“* (Barthes, 2004, s. 15). Dá se tedy očekávat, že skutky zrůdy budou odpovídat jejímu vzhledu (Barthes, 2004, s. 15).

Je zobrazován i jako překážka na hrdinově životní cestě. Gilgameš zahubí Chuwawu, Odysseus se vypořádává s nápadníky své ženy (Kun, 1976, s. 605), Hérakles zabíjí Hydru (Kun, 1976, s. 206).

---

<sup>11</sup> Tímto slovem nazývá Lule tento archetyp v originále. Stejně slovo používá Puhvel pro obecné označení Boha- rebela, provokatéra (Puhvel, 1997, s. 252)

Jindy se podvodník hrdinu pokouší svrhnout, protože mu existující řád přisuzuje podřízenou pozici. Irští Fomóriové (kteří mají mimochodem jedno oko, ruku a nohu (Cotterell, 2000, s. 131)) bojují proti Tuatha De Danannským, obři napadnou Diovu skupinu na Flegajských polích (Kun, 1976, s. 240 - 242), Tarquiniové posílají krále Porsennu, aby v bitvě s eschatologickými prvky oblehl Řím (Keller, 1975, s. 184 - 188).

Zajímavou mytologickou evoluci zažil původně šibal Prométheus, který se během 1. tisíciletí před n. l. vyvinul ze zloducha, který bojuje proti bohům, kteří reprezentují dobro, v lidového hrdinu, který čelí totalitní libovůli. Jeho obdobou je gruzínský Amirani, jedna z mutací mýtu o Prométheovi. Jejich germánským mytologickým protějškem je Loki, jehož životní dráha je nápadně podobná Prométheově (Holub, 2010, s. 40, 41). Akorát, že poslední 2 jmenovaní nejsou prezentováni jako postavy stojící na straně dobra. Naopak, Loki je přikován ke skále za zabití (Sturluson, 2003, s. 92) oblíbeného boha Baldra<sup>12</sup>, Amirani a Prométheus jsou stejným způsobem potrestáni za neposlušnost bohů.

### 3.2.6 Jiný svět

*„Lidé se zdají být přirozeně zaujati oblastmi, jinými než jsou ty, ve kterých se sami pohybují. (Lule, 2001, s. 24)“* *„Mýtus vyjadřuje, jak skupina lidí v určitém historickém kontextu vidí sama sebe. A toho také dosahuje skrze jiné světy. (Lule, 2001, s. 24)“*

Pro zařazení do kategorie Jiný svět je u místa, o kterém je referováno, důležitější kulturní odlišnost než geografická. Pro obyvatele České Republiky může být spíše jiným světem předměstí Paříže obývané přistěhovalci z Afriky a Asie, než bankovní čtvrť La city v Buenos Aires. Dnes se už ve zpravodajství mýtus o jiném světě příliš nevyskytuje samostatně, ale většinou v kombinaci s jiným. *„V naší době, zprávy často přinášejí příběhy o ďábelských diktátorech, divných názorech a „primitivních“ národech jako znázornění jiného světa. (Lule, 2001, s. 24)“*

#### 3.2.6.1 Jiný svět v mýtech

Bohové, hrdinové se často vydávají na výpravy do jiných světů. Jiný svět je také reprezentován předhistorickým a post-historickým uspořádáním. V Bibli byla na počátku země *„nesličná a pustá, a tma byla nad propastí, a Duch Boží se vznášel nad*

---

<sup>12</sup> Mýtus, který má pro změnu shodné prvky s tím o Achilleovi. Konkrétně jde o nezranitelného hrdinu, kterému tuto schopnost zajistí jeho matka. Má pouze jedno slabé místo, Achilles patu, Baldr může být zabit jen zakrslým jmelím. Poté jsou oba zabití nečestným způsobem.

vodami“ (Bibli svatá, 1934, s. 4). V Eddě bylo na počátku Ginnungapap<sup>13</sup> – zející propast, rozevřený chřtán (Puhvel, 1997, s. 254). Naopak, na konci, po ragnaröku<sup>14</sup> se všichni přeživší bohové sejdou na Idské pláni (Sturluson, 2003, s. 99). Stejně jako v pokonfliktní<sup>15</sup> Mahábháratě je to ideální svět, kde už se nic zajímavého neděje (Puhvel, 1997, s. 255).

Za jiné světy lze označit také domovinu skupin zneprátelených bohům. Jejich habilitační návyky zdůrazňují jejich podivnost. Například irští Fomóriové pocházejí z moře. Jötunheim, sídlo germánských mrazivých obrů, soupeřů bohů, je zase chladná hornatá krajina (Cotterell, 2000, s. 202).

### 3.2.7 Potopa

Potopa reprezentuje mnohem širší skupinu mýtů zahrnujících kalamity a neštěstí. K Potopám, podle této archetypální formule, dochází z „boží vůle“, jejich příčina je zahalena tajemstvím. Ukazuje nám naši nicotnost a bezmoc vůči silám, které nás přesahují (Lule, 2001, s. 25). I přes veškerý technický pokrok, existují stále okolnosti, které nemůžeme ovlivnit.

Pod archetyp, který Potopa zastřešuje, jsem zahrnul jakákoli neštěstí, která nemají jasně určeného viníka. Taková neštěstí nemusí být pouze důsledkem přírodních sil. Na vině může být i společenský řád, jehož fungování oběť nemůže ovlivnit. Dokonce to může působit tak, že selhání společenského řádu vůbec není zapříčiněno lidmi. Například ekonomická krize nebo teroristické útoky působí spíše dojmem nebiologické síly, která může kdykoli náhodně udeřit na kohokoli z nás, nikoli jako důsledek nekompetentnosti nebo zločinného chování konkrétních jednotlivců.

#### 3.2.7.1 Potopa v mýtech

Tento archetyp nebyl Potopa pojmenován náhodou. Báje o potopě se vyskytuje snad ve všech kulturách, snad s výjimkou starověkého Egypta, kde ovšem byly záplavy na Nilu životodárné. „*Stejně jako mýty, zprávy připomínají lidem pokořující sílu přírody. Pokoření může být strašlivé a přesto podivně uklidňující. Lidé se jakoby oddají nadřazeným silám přírody*“ (Lule, 2001, s. 25). Lule uvádí na začátku své knihy 4 příběhy o potopě. 4 až příliš podobné příběhy (viz. příloha 7.1). První pochází od severoamerického kmene Čoktůů, druhý je incký, třetí je příběhem o Noemově arše a

---

<sup>13</sup> Slovo příbuzné s řeckým chaos.

<sup>14</sup> = osud bohů. Eschatologická bitva v germánské mytologii.

<sup>15</sup> Po bitvě mezi Pánduovci a Kuruovci na Kuruovském poli. Tato bitva pravděpodobně vychází z indoevropského proto-mýtu o eschatologické bitvě. Tento mýtus se odráží také v ragnaröku nebo ve zmýtyzované podobě války Římanů s etruským králem Porsennou (Puhvel, 1997, s. 230).

poslední pochází z New York Times z roku 1998, kde jsou popisovány záplavy ve Střední Americe (Lule, s. 1,2).

Báji o potopě najdeme také v Eddě. Zde Bergelmi, vnuk Ymiho (Ymi - původní obr, který byl zabit Ódinem, Vém a Vilim, v jeho krvi se všichni mraziví obři utopili), unikl se svou ženou na vykotlaném stromu a zachoval tak rod obrů, kteří od té doby chovali k bohům nenávist (Cotterell, 2000, s. 183, 184). Dále uvádím ještě řeckou báji o Deukaliónovi a Pyrrhé (Kun, 1976, s. 122 - 124) a sumerskou báji o Utanapištimovi obsaženou v Eposu o Gilgamešovi.

### **3.3 Typologie podle Roberta Rutherforda Smitha**

Robert Smith přichází s výrazně strukturalističtější přístupem než James Lule. „*Jestli jsou televizní zprávy strukturovány podle nějakého plánu, měli bychom předpokládat, že nalezneme určité sítě, terminály, nebo skupiny zdůrazňující jisté druhy vyprávění. Předpokládáme tedy, že je možné popsat struktury vypravování událostí ve zpravodajství a tato vypravování se budou objevovat častěji než ostatní*“ (Smith, 1997, s. 325). Jeho hledání mytologických archetypů je spíše analytické povahy. Na druhou stranu nenabízí příliš podrobnou interpretaci této analýzy, předpokládám, že proto, že se nechce pouštět příliš do spekulativní roviny.

Mýty ve zpravodajství přiřazuje ke kategoriím. Těmi jsou: Subjekty příběhů (Smith, 1997, s. 327), Jednající postavy (Smith, 1997, s. 327), Obecné formule vyprávění (Smith, 1997, s. 329), Témata zpráv (Smith, 1997, s. 329) nebo Symboly vizuálně identifikovatelné ve zpravodajství (Smith, 1997, s. 325).

Tato práce má ambici přejmout Smithovu metodiku, leč kategorie jsou zredukovány pouze na jednu. V souladu se Smithem i Proppem jsem se zaměřil pouze na jednající postavy, a to navíc v trochu jiném významu. Zaměřil jsem se nikoli na všechny jednající postavy, ale pouze na iniciátory jednotlivých zpráv, což podle mého názoru vhodně doplňuje typologii Luleovu. Zjistíme tak totiž, jednání kterých typů postav je pro daný typ televizní stanice nejatraktivnější. Tedy, podle jakého klíče probíhá v jednotlivých typech televizních stanic gatekeeping.

### **3.4 Funkce jednajících postav podle Proppa**

Propp ve své studii kouzelných pohádek popisuje jejich stavbu, strukturu. Důležité jsou zde prvky, které se opakují ve všech pohádkách tohoto typu. Propp segmentuje pohádku podle funkcí jednajících osob. Odvážím se použít analogie a tvrdit,

že i zprávy mají některé společné rysy a že lze vytvořit několik základních typů stále se opakujících se příběhů a několik základních typů jednajících osob.

Proppova typologie rozlišuje jednání **škůdce** (funkce - škodit, zápas s hrdinou, pronásledování), jednání **dárce** (dát kouzelný prostředek hrdinovi), jednání **pomocníka** (prostorové rozmístění, likvidace neštěstí nebo nedostatku, záchrana hrdiny před pronásledováním, když je úkol je splněn, hrdina dostává od pomocníka nové vzezření), jednání **carovy dcery a jejího otce** (hrdinovi je uložena těžká úkol, hrdina je označen – dostane šátek, prsten, nepravý hrdina nebo škůdce je odhalen, hrdina je poznán, škůdce je potrestán, hrdina se žení a nastupuje na carský trůn), jednání **odesílatele** – (je prostředníkem, někdo se na hrdinu obrací s prosbou), jednání **hrdiny** (opouští domov - hrdinou hledač, hrdina reaguje na činy budoucího dárce, hrdina se žení nebo získává trůn nebo obojí) a jednání **nepravého hrdiny** (škodí hrdinovi, vydává se za něj, usurpuje si jeho nároky) (Propp, 1999, s. 70).

Svět, který zpravodajství reflektuje, nepodléhá tak striktním žánrovým omezením jako kouzelná pohádka. Mytologickou, jakousi podprahovou strukturu zpravodajství, není snadné popsat, protože počet jednajících postav ani jejich jednání není možné vyčerpávajícím způsobem vyjmenovat, už proto, že by bylo velmi problematické vytvořit dostatečně velký a reprezentativní soubor.

Proppova práce však přináší důležitou myšlenku, kterou bych shrnul asi takto: Lidé při výrobě, třídění i konzumaci zpráv vyhledávají určité zažité typy postav, k těmto postavám přiřazené atributy, jak fyzické tak duševní a také tomu odpovídajícím způsobem jednající. Je to velmi podobný princip, na jakém funguje reklama – princip engramu. Lidé podvědomě upřednostňují to, co podvědomě znají před tím, co neznají. Je možné, že tento sklon je nám dán už od dob prvobytně pospolných společností. Jak uvádí Claude Lévi-Strauss v *Myšlení přírodních národů*; dříve si lidé vytvářeli kognitivní mapu podle osobní zkušenosti<sup>16</sup>. Tedy, co bylo známé, bylo vyzkoušené a tudíž i bezpečné, jiné od neznámého, které v sobě obsahuje potenciální riziko. Známé reprezentuje řád, neznámé chaos. Jak praví v uvedené knize jeden domorodý informátor „*Každá posvátná věc musí být na svém místě*“ (Lévi-Strauss, 10, 1966). To neznamená ani tolik, že své místo, řád získává věc svou posvátností, naopak, věc je posvátná, protože s sebou přináší řád.

---

<sup>16</sup> Dnes většinou využíváme zkušenost zprostředkovanou.



### 3.5 Zpravodajské hodnoty

Koncept Gatlunga a Rugeové poukazuje na kritéria, která ovlivňují výběr událostí do zpravodajských relací. Tento koncept, stejně jako rozebírání mytologických archetypů, poukazuje na skutečnost, že zpravodajství není pouhým náhodným seřazením nejvýznamnějších událostí dne do úhledného třicetiminutového balíčku.

Pro čtení mytologického pozadí zpravodajství jsou velmi významnými hodnotami elity-národy i elity-osoby. *„Zpravodajství je elitářské. Činy elity jsou obvykle a v krátkodobé perspektivě závažnější než aktivity druhých; to platí i pro elitní lidi i národy (Galtung, Ruge, 1999, s. 25).“*

Lze předpokládat, že negativita, kterou lze odhalit v Luleových mytologických archetypech Potopa, Šibal a Oběť, bude vlastní spíš komerční televizi, protože negativní zprávy jsou velmi snadno srozumitelné širokému publiku a mívají bulvární charakter. Účinnost negativních zpráv je částečně závislá na další zpravodajské hodnotě, kterou je blízkost. Čím blíže udeří Potopa, či Zločinec spáchá nějaký ohavný čin, tím větší emocionální reakci a identifikaci se s problémem můžeme u publika očekávat.

Rozměr, mediální práh. *„Existuje určitý práh, který musí událost překročit, aby byla zaznamenána... Čím větší je překrada, tím větší věnují média pozornost jejímu otevření; čím násilnější je vražda, tím větší bude mít titulky v novinách (Galtung, Ruge, 1999, s. 22).“* Aby událost prošla gatekeeperovou branou do zpravodajské relace, nemusí být nutně plná mytologických archetypů. Ovšem, mytologické archetypy pomáhají zprávu „zvětšovat“, posouvat jí blíže k prahu. Například Lanci Armstrongovi bylo jistě věnováno více mediálního prostoru, protože prodělal boj s rakovinou<sup>17</sup>, než kdyby byl „pouhým“ sedminásobným vítězem Tour de France.

### 3.6 Novodobý pantheon

I pro pochopení základní dějové linky v mýtech je nutná expozice nejdůležitějších postav. Divák/čtenář musí většinou postavy už předem znát, protože pokud by bylo nezbytné všechny postavy pokaždé představovat, nebyla by masová komunikace příliš efektivní. Zpravodajství a mediální průmysl obecně svůj novodobý pantheon potřebují. Nejenom kvůli tomu, že publikum postavu už zná, ale také proto, že tato postava, díky atributům, které jsou k ní přiřazeny, reprezentuje jistou roli, jistý typ. Podobně jako v comedii dell arte, vzhled, pózy i historie postavy nabízí jistý přestrukturovaný balíček vlastností, který predestinuje postavu k plnění své role

---

<sup>17</sup> Posílení hrdinského statusu, oběť, překonávání životních překážek, vítězství nad anonymním, avšak čistým zlem.

(Barthes, 1999, s. 15). Osobně se domnívám, že typ<sup>18</sup> v současné mediální spotřebě, předchází kvality konkrétního člověka, a proto jsou celebrity tak snadno nahraditelné (viz. Ecûv koncept post-televize). Nové celebrity naopak přinášejí novost, tedy binární opozici známosti, což není vlastnost mytologicky nezajímavá. A protože je tak žádaná, vzniká mnoho celebrit, které jsou celebritami bezdůvodnými, tedy jejich největší hodnota je symbolická, mytologická.

Samozřejmě je nutné si uvědomit, že mediální obraz člena pantheonu většinou neodpovídá skutečné osobnosti tohoto jedince. Postavy pantheonu jsou často cíleně konstruovány, tak, aby měly nějaké atributy, vlastní typu, po kterém je zrovna společenská poptávka. Což je jev, který opět připomíná klasickou mytologii, zvláště připustíme-li si, že některé mytologické postavy mohly vzniknout euheméristicky<sup>19</sup>.

Znamé, elitní osobnosti mají navíc moc přibírat do pantheonu další jedince tím, že je dají do souvislosti sami se sebou. V současnosti jsou produktem podobného principu například americké první dámy, jejichž statut celebrity není postaven na mimořádnosti v žádném oboru. V řecké mytologii se podobným způsobem proslavila například Danaé, kterou proslavil pouze její intimní vztah s Diem a jeho následky.

Občas není lehké ubránit se dojmu, že princip, jakým novináři a PR oddělení firem<sup>20</sup> vytvářejí obrazy elit, se výrazně neliší od vytváření mýtů, včetně jejich modifikací a zveličování v dalším ústním i písemném šíření. Zprávy, stejně jako mýty, mají sklon zobrazovat postavy konzistentní, s velmi jasně danými rolemi a charakterovými vlastnostmi.

### **3.6.1 Společenský řád v médiích potomků Indoevropanů**

Novodobá mytologie napomáhá legitimizovat společenský řád, stejně jako ta tradiční. Zejména obyvatelé Evropy, Severní a částečně Jižní Ameriky, jakožto potomci Indoevropanů, mají tento mechanismus historicky dobře zažitý. Striktní rozdělení Indoevropské společnosti do tří stavů, které se odráží také v její mytologii (čímž se utváří a upevňuje představa, že takové uspořádání je přirozené) je indoevropským specifíkem.

*„Marně byla hledána nezávislá obdoba těchto shodných schémat v životě či v tradičních ugrofinských či sibiřských společenstvích, u Číňanů, u starozákonních Židů,*

---

<sup>18</sup> Typ v podobném smyslu v jakém byl chápán v době kritického realismu v literatuře.

<sup>19</sup> Euhemérismus – teorie, která tvrdí, že bohové jsou zbožštělé historické postavy. Tato teorie je známá už od Hérodota, pojmenována je ale po Euhémérovi (Puhvel, 1997, s. 26).

<sup>20</sup> Jestli by se tedy mezi tyto dva podměty neslušelo dát spíše = než konjunkční spojku a. Viz. A Century of Spin - David Miller, William Dinan.

ve Foinikii, v sumerské či semitské Mezopotámii a obecně v oněch rozsáhlých kontinentálních oblastech, s nimiž Indoevropané bezprostředně sousedili či do nich pronikali“ (Dumézil, 1997, s. 78). Hierarchie nikde nebyla tak striktní, pokud u nějakého neindoevropského takovato struktura vznikla, bylo to vlivem nějakého indoevropského kmenu, přicházejícího ze sousedství, jako byli Chetitě, Lúvijci a Árjové (Dumézil, 1997, s. 78).

### **3.7 Biologický determinismus a zpravodajství**

Luleův a Proppův přístup chápu spíše jako kulturně deterministický. Tedy takový, který na zpravodajství aplikuje již existující mytologické vzory. Nyní bych chtěl poukázat na to, že tvůrci zpráv při jejich výběru i konstrukci, útočí také na naši esenciální složku, tedy na naši biologickou podstatu.

Tvůrci zpráv se snaží ke svému pořadu přilákat co možná nejvíce lidí, stejně jako jdou spotřebiteli naproti i ostatní výrobci mediálních obsahů, a to zejména proto, že pozornost je dnes velmi cennou komoditou. Hledají tedy co nejvíce distinktivních prvků, které spojují co nejvíce lidí. Takové prvky jsou zejména ty, které vycházejí čistě z biologické podstaty člověka<sup>21</sup>. K jejich přibližnému popisu postačí libovolný člověk, který není výrazně deviantní a je schopen spotřebního chování. Na něj použijeme neo-positivistickou dedukci. Co o něm můžeme říci, aniž jsme ho kdy viděli? Narodil se, tedy má matku, má otce, prošel nebo bude procházet různými životními stádii, zemře, je savec, strunatec, má tělesné orgány vlastní lidem, zná základní lidské emoce, jejichž obrazy může identifikovat v rámci platného sémiotického systému, je ovládán pudy, může mít děti, partnerku, přátele, práci, mohou se mu zdát sny, zažívá střídání ročních období, pije tekutiny, zná Slunce, Měsíc atd. Tyto vlastnosti, společné většině lidí, napomáhají činit masová média masovými.

#### **3.7.1 Freudova teorie pudů**

Zajímavé je uvědomit si, jak média pracují s biologickou podstatou člověka. Stimuly, které útočí na naše pudy, většinou nemívají žádnou informační hodnotu, jen vábí, aby tak zvýšily sledovanost/čtenost. Jsou esperantističtější jazykem než esperanto samo. Freudova typologie rozlišuje 3 základní pudy: pud zachování života (uspokojení hladu), pud k získávání slasti (sexuální pud) a destruktivní pud, pud smrti (Kebza, 2009, s. 68). Když toto Freudovo rozlišení vztáhneme na televizní vysílání,

---

<sup>21</sup> Tato strategie také nahrává procesu, který Henry Jenkins nazývá „kulturou sblížení“.

mohli bychom s trochou nadsázky říct, že v televizi dnes není možné vidět nic jiného než sex, násilí a pořady o vaření. Není to tvrzení zas tak scestné.

Částečně se tím dostáváme do začarovaného kruhu. Pokud média rezignují na normativní funkci, stává se normou obsah, který „jde vstříc divákovi“. Divácká poptávka bulvarizuje mediální obsahy, divácký vkus degeneruje, protože spotřebovává nekvalitní mediální produkci. *„Kromě účinků učení a napodobování panuje všeobecné přesvědčení, že je-li člověk vystaven zobrazenému násilí, vede to k celkovému znecitlivění, jež zvyšuje toleranci a snižuje zábrany k násilnému chování“* (McQuail, 2009, s. 497). Dochází k tomu, že čím více se zpravodajství „mytologizuje“, tím více z informací stává infotainment.

### **3.7.2 Pudy a tři společenské a kosmické funkce**

Pro uplatnění mytologických archetypů stojících na pudovém podstavci byla pro Indoevropany důležitá, i když ne nezbytná, existence pantheonu všeobecně známých postav. Jedná se o jistou reprezentaci pudů převedenou do veřejného života, způsob, jakým se civilizovaný člověk vyrovnává se svou zvířecí složkou. Indoevropané dělili společnost i božstva do stavů, varn, barev. Na zemědělce (bohové úrody – pud přežití, plodnosti – získávání slasti), válečníky (destruktivní pud) a kněží, vládcy (vytváření řádu, jakási nad-pudová nadstavba) (Holub, 2010, s. 25, 26). Je to jen další paralela mezi současnými a dávnými příběhy, která poukazuje na to, jak se naše biologická realita, často potlačovaná a tabuizovaná, transformuje do podoby příběhů, která je pro nás srozumitelnější, ale stále povědomá a atraktivní.

### **3.7.3 Biologický determinismus a mýtus**

Stejně jako ve zpravodajství, je i v mytologii násilí, reprodukce a uspokojování alimentárních potřeb hojně zastoupeným tématem. Hrdina velmi často poráží nepřítele v krvavém zápase (Théseus, Gilgameš, Thór), získává za svou službu ženu (Perseus, Herakles), opatřuje skupině, ke které náleží, blahobyt či jí zachraňuje před katastrofou<sup>22</sup> (Ježíš, Marduk, Manqo Quapaq). V tomto případě, na rozdíl od převypravovaných příběhů popsaných Lulem, bych zde vinu kulturní dědičnosti nehledal. Motivy spojené s člověkem a jeho základním biologickým imperativem, nacházíme ve všech mytologických celcích, i když mezi nimi prokazatelně nedocházelo ke kulturní difuzi.

---

<sup>22</sup> Oblíbený mytologický archetyp zneužívaný propagandami totalitních režimů nebo také například britskou Konzervativní stranou na konci 70. let či americkými Republikány v témže období. A kdo by zapomněl na nedávnou eschatologickou kampaň postavenou na údajné bezprostřední hrozbě „řeckého scénáře“ a státního bankrotu.

## 4 Vyhodnocení

### 4.1 Iniciátoři zpráv

Na rozdíl od kategorie Jednající postavy, na které svůj výzkum postavil Propp a které využívá i Smith, Iniciátoři zpráv dávají zprávě pouze prvotní impulz. Jsou to osoby, skupiny osob či instituce, které mají tu moc dostávat se do hlavní zpravodajské relace, respektive jsou těmi, jejichž činy se zdají být editorům zpráv nejrelevantnější. Tedy jsou odrazem toho, které oblasti života společnosti jsou pro danou televizi nejvíce hodny odvysílání. Například pokud zpráva referuje o odsouzeném vězni, je iniciátorem zprávy soud. Vězeň stál sice u zrodu celé kauzy, ale zde už je pouze pasivním členem, on sám se neprovedl žádnou akcí, která by iniciovala právě tuto konkrétní zprávu.

Iniciátor zprávy bývá většinou jeden, maximálně dva (z kategorií uvedených v tabulkách č. 1 a č. 2) a předurčuje charakter zprávy, naproti tomu jednajících postav je v každé zprávě mnoho a jejich kvantifikace poukáže pouze na opakování určité funkce postavy. Funkce v podobném významu jako v Proppově klasifikaci kouzelné pohádky, což by jistě naplňovalo definici mýtu podle Barthesa, ovšem pro práci tohoto rozsahu by to bylo příliš složité, neboť se obávám, že by, aby bylo dosaženo dostatečné relevance, bylo nutné vyhotovit na toto téma studii minimálně o stejném rozsahu jaký má Proppova Morfologie pohádky. Srovnání upřednostňování Iniciátorů zpráv by nám mělo přinést základní orientaci ve využívání archetypů oběma televizemi.

#### 4.1.1 Iniciátoři zpráv – tabulky

Každá z celkového počtu 142 zpráv v Událostech a 114 zpráv v Televizních novinách byla přiřazena do některé z kategorií. Kategorie byly tvořeny až na základě existujících zpráv, proto zřejmě výčet možných variant iniciátorů zpráv, vytvořený celkem ze 14 zpravodajských relací, nebude vyčerpávající. Celkový součet procentuálních výskytů jednotlivých variant 126,5% (vztahuje se k číslu 142) respektive 116,8% (vztahuje se k číslu 114) vychází ze skutečnosti, že některé zprávy měly více iniciátorů.

##### 4.1.1.1 Iniciátoři zpráv Česká televize

Tabulka č. 1: Iniciátoři zpráv, ČT

1	Ústavní orgány	21,8%
2	Cizí státy a jejich orgány	14,1%
3	Ostatní správní úřady	12,7%
4	Osoby porušující zákon, pravidla morálky	11,3%
5	Technické, živelní a jiné fyzikální síly	10,6%
6	Pořadatelé kulturních akcí	6,3%

7	Soudní moc	5,6%
8	Odbory, demonstranti	5,6%
9	Obchodní společnosti	4,9%
10	Ostatní subjekty mezinárodního práva a jejich orgány	4,9%
11	Osoby proslulé z titulu jiného, než je současný výkon veřejné moci, celebrity	4,9%
12	Opozice, lidé ve spojení s nevládnoucími politickými stranami	4,2%
13	Ostatní lidé ve spojení s koaličními politickými stranami	3,5%
14	Subjekty územně samosprávné a jejich orgány	2,8%
15	Autority v nějakém oboru, odborníci	2,8%
16	Ostatní, dříve nepovědomé fyzické osoby	2,1%
17	Síťové monopoly	2,1%
18	Jiná média	2,1%
19	Charitativní, veřejně prospěšné organizace	2,1%
20	Sebereklama	1,4%
21	Změny ve společnosti	0,7%
		126,5%

#### 4.1.1.2 Iniciátoři zpráv TV Nova

**Tabulka č. 2: Iniciátoři zpráv, TV Nova**

1	Ústavní orgány	15,8%
2	Osoby porušující zákon, pravidla morálky	14,9%
3	Technické, živelní a jiné fyzikální síly	13,2%
4	Cizí státy a jejich orgány	12,3%
5	Ostatní, dříve nepovědomé fyzické osoby	10,5%
6	Ostatní správní úřady	9,6%
7	Obchodní společnosti	7,9%
8	Soudní moc	6,1%
9	Pořadatelé kulturních akcí	4,4%
10	Osoby proslulé z titulu jiného, než je současný výkon veřejné moci, celebrity	4,4%
11	Autority v nějakém oboru, odborníci	3,5%
12	Odbory, demonstranti	3,5%
13	Opozice, lidé ve spojení s nevládnoucími politickými stranami	3,5%
14	Ostatní subjekty mezinárodního práva a jejich orgány	1,8%
15	Sebereklama	1,8%
16	Subjekty územně samosprávné a jejich orgány	0,9%
17	Ostatní lidé ve spojení s koaličními politickými stranami	0,9%
18	Jiná média	0,9%
19	Změny ve společnosti	0,9%
20	Síťové monopoly	0,0%
21	Charitativní, veřejně prospěšné organizace	0,0%
		116,8%

## 4.1.2 Srovnání

Výše uvedené tabulky ukazují, jak mají které kategorie iniciátorů do obou ze zkoumaných médií snadný nebo obtížný přístup. Srovnání, vývod z těchto tabulek, rozděluje kategorie zpráv podle toho, které ze své podstaty mají potenciál přinášet relevantní informace a mýty v nich plní pouze okrajovou, ergonomizační roli a které přinášejí informaci, jež není pro život diváků příliš podstatná (viz. kapitola 2.4.1), ovšem nese v sobě silný příběh a emoce.

### 4.1.2.1 Kategorie mající potenciál nést spíše informační hodnotu

Podle § 2, Zákona o české televizi, je jedním z hlavních úkolů veřejné služby v oblasti televizního vysílání „*přispívání k právnímu vědomí obyvatel České republiky*“ (zák. č. 483/1991 Sb). Vlajkovou lodí tohoto přispívání by, zejména ve zpravodajství, mělo být informování o rozhodnutích Ústavních orgánů, Subjektů mezinárodního práva (sem patří hlavně mezinárodní organizace jako NATO, EU, OSN) a Subjektů územně samosprávných a jejich orgánů. Samozřejmě, že ne vždy, když nějaký Ústavní orgán iniciuje zprávu, je za tím vždy něco, co má přímý dopad na život občanů (například když se poslanci TOP 09 nezúčastnili jednání vlády, aby mohlo být odhlasováno vyšetření kauzy Promopro (Události, Televizní noviny, 3. 4. 2011)). Lze tvrdit, že jmenované 3 kategorie nejsou baštou infotainmentu. I když jsou tak někdy podávány, jsou násilně přetvářeny v příběhy, jsou rozebírány v rovině hypotetických scénářů, jsou komentovány autoritami ze všech možných oborů i laiky, nelze z nich nikdy zcela vytrhnout „nudnou“ informační hodnotu. Ve všech těchto kategoriích procentuálně zvítězila Česká televize. Ústavní orgány byly nejčastějším Iniciátorem v obou sledovaných stanicích, avšak v Televizních novinách se vyskytovaly o 6 procent méně (15,8% oproti 21,8% v % ČT). I z výsledků zbylých dvou kategorií – Ostatní subjekty mezinárodního práva a jejich orgány (ČT 4,9%, TV Nova 1,8%) a Subjekty územně samosprávné a jejich orgány (ČT 2,8%, TV Nova 0,9%) – vyplývá, že ČT dává jejich jednání více prostoru než TV Nova.

Další kategorie, které přinášejí spíše informace, než mýty jsou Cizí státy a jejich orgány, Ostatní správní úřady (většinou se jednalo o policii nebo státní zastupitelství), Opozice, lidé ve spojení s nevládnoucími politickými stranami a Ostatní lidé ve spojení s koaličními politickými stranami, protože tyto subjekty jsou přímo či nepřímo spjaty s výkonem veřejné moci. O zprávách vyvolaných jednáním Cizími státy a jejich orgány referovala ČT v 14,1% případů, TV Nova ve 12,3%. Opozice dostala v ČT šanci vyvolat 4,2% zpráv, v TV Nova o 0,7% méně. Ostatní lidé ve spojení s koaličními

stranami, tedy ti, kteří nereprezentují ústavní orgány nebo územně samosprávné celky, v ČT iniciovali 3,5% zpráv, v TV Nova 0,9%. 12,7% a třetí místo v ČT získaly Ostatní správní úřady, oproti TV Nova, kde skončily šesté se ziskem 9,6%.

#### **4.1.2.2 Sporné kategorie**

Soudní moc (TV Nova 6,1%, ČT 5,6%) je hraniční kategorií. V tomto případě záleží na tom, čeho se soudní rozhodnutí konkrétně týká. Pokud jde například o korupci, kauzy týkající se veřejných zakázek, představitelů veřejné moci, není potřeba legitimizovat zařazení zprávy dojemným příběhem. Naopak případy jako například kauza Vítkov (Události, 18. 3. 2011) k tomu přímo svádějí. Domnívám se, že cílem zobrazení této kauzy je dosáhnout odsouzení proti-systémového chování (konkrétně násilí a rasismu), což je kvalita ryze mytologická.

Podobné je to s Odbory, demonstranty (TV Nova 3,5%, ČT 5,6%). Většinou sice jde o společensky relevantní témata, ale zprávu o demonstraci bez mytologického pelu pravděpodobně vytvořit nelze, protože si s sebou vždy ponese vznešenost odporu běžného člověka proti moci, popřípadě, jako tomu bylo třeba v případě stávek proti důchodové reformě v Londýně a Paříži (Televizní noviny, 7. 9. 2010), jsou demonstranti zobrazováni jako podvrtné živly, které hnány sobeckou motivací komplikují život „slušným“ občanům.

Autority v nějakém oboru, odborníci (TV Nova 3,5%, ČT 2,8%) tvoří velmi různorodou skupinu osob. Zprávy iniciované Odborníky mohou referovat o nových vědeckých objevech, jejichž míra důvěryhodnosti je různorodá, mohou představovat jiné pohledy na aktuální dění nebo se mohou nastolovat témata čistě zábavná.

#### **4.1.2.3 Kategorie nesoucí spíše mytologickou hodnotu**

Značně jsou mýty kontaminované také zprávy vyvolané jednáním Pořadatelů kulturních akcí (ČT 6,3%, TV Nova 4,4%). U kulturních akcí je velmi důležitý symbolický kapitál, kterým postava, o které je referováno disponuje – tedy pokud je zpráva o novém ročníku festivalu v Cannes (Události, 2. 10. 2010), je to proto, že jde o slavný festival. U představitelů veřejné moci je příčinou toho, že je o nich referováno, jejich funkce sama o sobě, jejich bezprostřední vztah k divákovi (teoreticky jsou jeho zastupiteli), nikoli proslulost jejich osoby.

K mýtu nejvíce inklinují zprávy iniciované jednáním Osob proslulých z jiného titulu, než je výkon veřejné moci, Ostatních, dříve nepovědomých fyzických osob, Osob porušujících zákon, pravidla morálky, Obchodních společností a Technických, živelních



a jiných fyzikálních sil. Tyto iniciátoři napovídají přítomnost dramatických výjevů a lidských příběhů. Osoby porušující zákon (14,9%) a Technické, živelní a jiné fyzikální síly (13,2%) v TV Nova byly druhým, respektive třetím nejčastějším iniciátorem zpráv, oproti tomu v ČT se Osoby porušující zákon (11,3%) umístily na čtvrtém a Fyzikální síly (10,6%) na pátém místě. Osoby proslulé z jiného titulu, než je současný výkon veřejné moci, svým jednáním více zaujaly editory zpravodajství ČT, a to v poměru 4,9% ku 4,4% v TV Nova. Stěžejní zprávy dne, mívají v ČT i v TV Nova stejná témata. V této kategorii se ale diametrálně rozcházejí. Pouze TV Nova ve sledovaných dnech informovala o pohřbu Pavla Vondrušky (Televizní noviny, 17. 2. 2011), o petici osobností proti žalobě na Martu Kubišovou (Televizní noviny, 7. 9. 2010), ČT zase sledovala kauzu Sakíne Aštíániové (Události, 3. 1. 2011). Ostatní dříve nepovědomé fyzické osoby iniciovaly v TV Nova 10,5% zpráv, kdežto v ČT pouze 2,1%. Poslední zmíněná kategorie, která by se mohla jmenovat beletristicky „Příběhy obyčejných lidí“, je podle mého názoru představitelem ryziho infotainmentu, kde se relevantní nebo praktické informace v podstatě nevyskytují. I Obchodní společnosti byly jakožto iniciátor zpráv více zastoupeny v TV Nova se 7,9%, oproti 4,9% zpráv, které iniciovaly v ČT.

#### 4.1.3 Shrnutí

Jak si pamatuji z přednášek předmětu „Transformace českých médií po roce 1989“: Česká televize nenaplnila svůj potenciál nahradit absenci seriózního tisku v ČR a vydala se cestou honby za početným a vnitřně málo diferencovaným publikem. Patrně proto nešlo dramatické rozdíly mezi stanicemi ani očekávat.

Sledovaný vzorek je na vyvozování obecně platných zákonitostí malý. Ovšem skutečnost, že všechny kategorie, které jsem zařadil mezi ty, které mají spíše informační hodnotu, byly více zastoupeny ve vysílání ČT a naopak všechny, kterým jsem přiřknul hodnotu spíše mytologickou, se více objevovaly v TV Nova (až na Osoby proslulé z jiného titulu než je výkon veřejné moci a Pořadatele kulturních akcí), napovídá, že Česká televize dává, ve větší míře než TV Nova, více prostoru jednání osob a institucí, které jsou potenciálními nositeli informační hodnoty, než těm, které jsou nositeli zejména té mytologické. Celkově svým jednáním iniciovaly kategorie nesoucí spíše informační hodnotu 64% zpráv v ČT a v TV Nova 43,7%. Na druhé straně zapříčinily kategorie nesoucí spíše mytologickou hodnotu v Televizních novinách 55,3% zpráv a 40,1% v Událostech.

## 4.2 Mytologické archetypy podle Luleovy typologie

7 mytologických archetypů bylo přiřazováno k celkovému počtu 256 zpráv podle klíče, který je naznačen v kapitole 3.2.

Celkem se ve 142 zprávách v Událostech vyskytlo 216 Luleových archetypů (tzn. v průměru 1,52 archetypu na zprávu), přičemž 28 zpráv neobsahovalo archetyp žádný. V Televizních novinách se nějaký mytologický archetyp objevil 196 krát ve 114 zprávách (1,72 archetypu na zprávu), 19 zpráv bylo archetypů prostých.

**Tabulka č. 3: Výskyt mytologických archetypů**

Datum	Počet zpráv ČT	Počet zpráv TV Nova	Počet archetypů ČT	Počet archetypů TV Nova
7. 9. 2010	17	17	15	18
2. 10. 2010	21	16	30	25
3. 1. 2011	21	17	32	26
17. 2. 2011	24	18	38	26
2. 3. 2011	21	18	32	40
18. 3. 2011	18	12	36	27
4. 3. 2011	20	16	33	34
<b>Celkem</b>	<b>142</b>	<b>114</b>	<b>216</b>	<b>196</b>

### 4.2.1 Oběť

Oběť se vyskytovala přibližně ve třetině zpráv na obou televizních stanicích (33,3% na TV Nova, 30,3% na ČT). Lze předpokládat, že tato vysoká četnost je zapříčiněna i tím, že zpráva o Oběti má v sobě potenciál negativity. Je také kompatibilní s jinými archetypy, možná bych řekl i komplementární. Konkrétně s Obětním beránkem (někdo, kdo byl proti-systémovým jednání dotyčného poškozen, např. děti, které jsou ohroženy injekčními stříkačkami, které po sobě nechávají narkomani (Události, 2. 10. 2010)), se Šibalem (oběti zločinného chování) a s Potopou (oběti katastrof). V ČT se oběť objevila v kombinaci s některým z těchto tří archetypů ve 30 ze 43 případů, kde se vyskytovala, v TV Nova pak ve 36 ze 38, a to buď s jedním, nebo hned s několika najednou.

**Tabulka č. 4: Oběť ve zpravodajství**

Datum	Oběť ČT	Oběť TV Nova
7. 9. 2010	2	4
2. 10. 2010	7	6
3. 1. 2011	5	3
17. 2. 2011	9	3
2. 3. 2011	6	9
18. 3. 2011	8	5
4. 3. 2011	6	8
<b>Celkem</b>	<b>43</b>	<b>38</b>
<b>Procento zpráv, ve kterých se archetyp objevuje</b>	<b>30,3%</b>	<b>33,3%</b>

#### 4.2.2 Obětní beránek

Obětní beránek je jediný Luleův archetyp, který se objevuje častěji ve zpravodajství ČT (16,9%), než v TV Nova (12,3%), což není nijak překvapivé. Zpravodajství ČT je všeobecně vnímáno jako serióznější, možná už proto, že veřejnoprávní televize není tolik nucena dbát sledovanost, protože její příjmy nejsou do takové míry závislé na pronajímání reklamního prostoru.

Obětním beránkem jsou nejčastěji demonstranti a zločinci, jejichž protispolečenské chování pramení nikoli v nahodilosti, ale v médiem odsuzované ideologii. Typickým případem takových zločinců jsou útočníci, kteří napadli romskou rodinu v kauze Vítkov (Události, 18. 3. 2011) nebo Filip Bejšovec, který zbil chlapce dominikánského původu (Události, 17. 2. 2011). Ideologické pozadí jejich trestného činu bylo rasistické. Cílem zprávy tedy není primárně odsoudit zločin, který mimochodem v Bejšovcově případě nebyl nijak ojedinělý (ublížení na zdraví), ale motivaci, která k němu vede. Z toho vyplývá, že tento mytologický archetyp mimo jiného také vychovává.

Rozdíl není tak veliký, aby bylo možné tvrdit, že ČT plní výchovnou roli lépe. Navíc pozitivní dopad odsuzování některých motivů s neýadoucím ideologickým pozadím je obtížné posoudit. Jak poukazuje statistika iniciátorů zpráv, ČT dává více prostoru než TV Nova demonstrantům<sup>23</sup>, čímž se v 16,9% zpráv, kde se Obětní beránek vyskytuje, snižuje podíl zločinců a sblížuje se tím s podílem zločinců – Obětních beráneků v TV Nova.

<sup>23</sup> Které je na rozdíl od jiných kategorií možné považovat za iniciátory v podstatě všech zpráv, kde se objevují.

**Tabulka č. 5: Obětní beránek ve zpravodajství**

Datum	Obětní beránek ČT	Obětní beránek TV Nova
7. 9. 2010	4	2
2. 10. 2010	2	2
3. 1. 2011	3	3
17. 2. 2011	6	2
2. 3. 2011	3	2
18. 3. 2011	2	0
4. 3. 2011	4	3
<b>Celkem</b>	<b>24</b>	<b>15</b>
<b>Procento zpráv, ve kterých se archetyp objevuje</b>	<b>16,9%</b>	<b>12,3%</b>

### 4.2.3 Hrdina

Hrdina byl ve zpravodajství obou televizních stanicích nejméně zastoupeným mytologickým archetypem (11,4% TV Nova, 10,6% ČT). Přitom mýty o hrdinovi bývají tradičně těmi nejslavnějšími. Hrdina bývá v bájích, legendách i pohádkách ústřední postavou příběhu. Ve zpravodajství ovšem tak oblíbeným není. To může být zapříčiněno i jeho nízkou kompatibilitou s velmi oblíbenou a mytologicky hodnotnou zpravodajskou hodnotou – negativitou. „*V životě existuje jistá asymetrie mezi pozitivním a negativním. První je obvykle složité a dlouhodobé, druhé bývá prosté a děje se v krátkém časovém úseku*“ (Galtung, Ruge, 1999, s. 27). Slovo asymetrie je v tomto citátu klíčové. Hrdina potřebuje zlo, opozici, aby mohly jeho skvělé skutky vyniknout. Dále bylo řečeno, že se zlo děje v krátkém časovém úseku – pokud se mu hrdina svým zastoupením ve zpravodajství chce vyrovnat, musí udělat něco mimořádného a musí to stihnout rovněž v krátkém čase. Takoví hrdinové se objevili pouze ve zprávě, kde 3 muži odzbrojili útočníka, který začal střílet v centru Havířova (Televizní noviny, 17. 2. 2011) a ještě v jedné, kde se vážně nemocný dělník smířil s osudem, patrně nemocí z ozáření, a dál pracuje na eliminaci následků katastrofy (Televizní noviny 18. 3. 2011). Jinak jsou hrdinové spíše úspěšní lidé – elity, umělci, české basketbalistky (Události, 2. 10. 2010), tedy lidé, kteří svými úspěchy podávají důkaz o meritokratickém charakteru jakékoli společnosti.

**Tabulka č. 6: Hrdina ve zpravodajství**

Datum	Hrdina ČT	Hrdina TV Nova
7. 9. 2010	2	2
2. 10. 2010	2	0
3. 1. 2011	4	1
17. 2. 2011	2	4
2. 3. 2011	3	0
18. 3. 2011	1	4
4. 3. 2011	1	2
<b>Celkem</b>	<b>15</b>	<b>13</b>
<b>Procento zpráv, ve kterých se archetyp objevuje</b>	<b>10,6%</b>	<b>11,4%</b>

#### 4.2.4. Dobrá matka

Stejně jako Hrdina, i Dobrá matka postrádá negativitu. Příběhy o lidech, kteří se starají o ostatní, se většinou vyskytují v souvislosti s nějakou přírodní katastrofou, jako tomu bylo například u zprávy o českých dobrovolnících, kteří jedou pomáhat do Japonska (Televizní noviny, 18. 3. 2011) nebo u lékařů, kteří se na Haiti starají o nemocné cholerou (Události, 18. 3. 2011). Jindy může být Dobrou matkou některá charitativní organizace nebo veřejně známá osoba s ní spojená.

Někdy se do této pozice snaží stavět také politici nebo obchodní společnosti podporující dobročinné projekty jako součást budování image a pověsti. V těchto případech jsou jednající postavy příběhu i jejich funkce stejné jako u archetypální Dobré matky, ovšem altruismus se vytrácí. Je poněkud cynické, pokud je Dobrá matka, mytologický archetyp zobrazující nejlepší stránku člověka, zneužíván ke komerčním účelům, a co je pro tuto práci relevantnější, může být tímto způsobem zcela zdiskreditován a pozbyt svůj původní význam.

**Tabulka č. 7: Dobrá matka ve zpravodajství**

Datum	Dobrá matka ČT	Dobrá matka TV Nova
7. 9. 2010	0	1
2. 10. 2010	3	0
3. 1. 2011	2	5
17. 2. 2011	2	0
2. 3. 2011	4	3
18. 3. 2011	3	2
4. 3. 2011	3	4
<b>Celkem</b>	<b>17</b>	<b>15</b>
<b>Procento zpráv, ve kterých se archetyp objevuje</b>	<b>12%</b>	<b>13,2%</b>

#### 4.2.5 Šibal, podvodník

Osobně jsem očekával, že TV Nova bude v používání tohoto mytologického archetypu dominovat, protože jedním z neúčinnějších prostředků, jak diváka získat i si ho udržet, je donutit ho se identifikovat s profilem publika<sup>24</sup>, které daný pořad sleduje nebo jeho referenční skupinou, jež pořad pomáhá konstruovat. Podvodník je někdo, díky komu si může divák negativně vymezovat svou identitu. Proto je v zájmu televize, která touží po věrném a početném publiku, aby byl co nejvíce demonizován. Mýtus o Podvodníkovi je mýtus o zlu mezi námi. O zlu, jehož obětí se může stát kdokoli a o zlu, které ale postrádá vznešenost souboje člověka s čímsi, co je mnohem větší, než je on sám.

Šibal se v TV Nova objevuje ve 36,8% zpráv, v ČT ve 34,5%, což z něj činí nejpočetněji zastoupený Luleův mytologický archetyp. Lidská fascinace zlem, násilím může pramenit z našich potlačených pudů, jak uvádí Freud. Čím více je mytologický archetyp zacílen na naši zvířecí složku, naše Id, do našeho podvědomí, tím je účinnější, tím snadněji námi manipuluje, protože je to oblast, kterou můžeme nejobtížněji kontrolovat. Nedomnívám se ale, že tato manipulace připomíná zlovolnou mediální konspiraci. Výrobci zpráv postačí, když nás naše fascinace zlem udrží u televizní obrazovky v souladu se sloganem „Zůstaňte s námi“, který pravidelně dělí Televizní noviny na dvě poloviny.

Tabulka č. 8: Šibal ve zpravodajství

Datum	Šibal ČT	Šibal TV Nova
7. 9. 2010	4	7
2. 10. 2010	6	5
3. 1. 2011	8	5
17. 2. 2011	9	7
2. 3. 2011	6	8
18. 3. 2011	7	4
4. 3. 2011	9	5
<b>Celkem</b>	<b>49</b>	<b>45</b>
<b>Procento zpráv, ve kterých se archetyp objevuje</b>	<b>34,5%</b>	<b>36,8%</b>

#### 4.2.6 Jiný svět

Mytologický archetyp nazvaný Jiný svět se častěji vyskytuje v TV Nova v poměru 29,8% ku 28,2%. Nejčastěji se mytologický archetyp Jiný svět uplatňuje ve zpravodajství ze zahraničí. Jak je uvedeno v kapitole 4.1, jsou obě kategorie operující

<sup>24</sup> Jakási kolektivní identita publika, která je charakteristická pro příslušníky cílové skupinou pořadu. Zároveň lze tuto identitu chápat jako obecnou představu o profilu diváka tohoto pořadu, jak je vnímán konkrétní společností.

s iniciátory zpráv, kteří jsou ze své podstaty ze zahraničí (Cizí státy a jejich orgány, Ostatní subjekty mezinárodního práva a jejich orgány), častěji zastoupeny v ČT. Rozdíl není propastný, proto uvádím spíše než důvody, proč tomu tak je, důvody proč by se dalo předpokládat, že TV Nova bude Jiných světů využívat více než ČT.

Televizní noviny bývají kratší a bývá v nich méně zpráv. I když by bylo logické, aby se komerční televize orientovala více na domácí zprávy (zpravodajská hodnota blízkost (Gatlung, Ruge, 1999, s. 23)), významná událost ze zahraničí se do tohoto výběru vždy dostane.

V případě opravdu zásadních zahraničních zpráv TV Nova o té samé události referuje ve více zprávách, v důsledku čehož i častěji využívá mytologický archetyp Jiný svět. Například 18. 3. 2011 referovaly Události o Libyjském konfliktu v jedné zprávě a o následcích zemětřesení v Japonsku ve dvou (Události, 18. 3. 2011). Televizní noviny se Libyí zabývaly ve třech zprávách a japonskou katastrofou ve čtyřech (Televizní noviny, 18. 3. 2011).

**Tabulka č. 9: Jiný svět ve zpravodajství**

Datum	Jiný svět ČT	Jiný svět TV Nova
7. 9. 2010	2	2
2. 10. 2010	7	6
3. 1. 2011	6	5
17. 2. 2011	7	6
2. 3. 2011	4	8
18. 3. 2011	8	7
4. 3. 2011	6	5
<b>Celkem</b>	<b>40</b>	<b>39</b>
<b>Procento zpráv, ve kterých se archetyp objevuje</b>	<b>28,2%</b>	<b>29,8%</b>

#### 4.2.7 Potopa

U mytologického archetypu Potopa se obě televizní stanice nejvíce rozcházejí. TV Nova se například výrazně více než ČT zabývala důsledky japonského zemětřesení. Tato obliba jedné konkrétní události ovšem není hlavním důvodem, proč je rozdíl mezi stanicemi poměrně výrazný.

Hodnocení výskytu archetypů je vždy subjektivní. Tuto subjektivitu patrně nelze eliminovat, protože některé zprávy, referující o totožných událostech, mohou být vyprávěny s pomocí určitých archetypů, přičemž stejná zpráva je na jiné stanici líčena s pomocí jiných nebo bez archetypů vůbec. Použití mytologického archetypu Potopa

jsem přiřkl i zprávám z TV Nova, které se esenciálně zabývaly například pouze Obětí, a Potopa do nich byla implantována způsobem podání zprávy<sup>25</sup>. Například zpráva o rodině, která musí platit za dům dvěma různým majitelům, protože jedna jeho polovina byla kdysi prodána podvodně, čímž se zneplatnila smlouva stávající (Televizní noviny, 2. 10. 2010). Tedy zpráva s téměř klasickou dvojicí Oběť a Podvodník. Zdrčenost podvedené ženy a zdůrazňování ponaučení, že se to může stát každému, že se s ničím podobným při koupi domu nedá počítat atp., odsunuly Podvodníka do pozadí a vytvořily mýtus o zlu, které přichází odnikud a způsobuje lidem problémy stejně jako živelní katastrofy.

**Tabulka č. 10: Potopa ve zpravodajství**

Datum	Potopa ČT	Potopa TV Nova
7. 9. 2010	1	0
2. 10. 2010	3	6
3. 1. 2011	4	4
17. 2. 2011	3	4
2. 3. 2011	6	5
18. 3. 2011	7	5
4. 3. 2011	4	7
<b>Celkem</b>	<b>28</b>	<b>31</b>
<b>Procento zpráv, ve kterých se archetyp objevuje</b>	<b>19,7%</b>	<b>27,2%</b>

#### 4.2.8 Žádný Luleův archetyp

7. 9. 2010 se ze sedmnácti zpráv v ČT celých 7 obešlo bez toho, aby byly ztraktivňovány některým z Luleových archetypů, v TV Nova se to ze stejného počtu zpráv povedlo 5 krát. Důvod je prostý. Nová vláda neměla důvěru ještě ani měsíc, proto nestihlo ještě dojít k vnitřním sporům, světem neotřásala žádná katastrofa (zemětřesení na Haiti už nebylo aktuální a to Japonsku ještě ne) a krize v arabském světě také zatím nebyla na pořadu dne. Tyto typy zpráv – pohromy, války a nepokoje, spory politiků o jiné věci, než je správa země – v sobě nesou témata, která mají vysoký potenciál vytvářet zprávy v kooperaci s některým z mytologických archetypů.

Proto 7. 9. Události referovaly o nové strategii České pošty, zdražení elektřiny, projevu Václava Klause v parlamentu nebo třeba o zvolení Pavla Varvařovského ombudsmanem (Události, 7. 9. 2010). Kromě případů, kdy si například zprávou televize dělá reklamu sama na sebe (Nové studio pořadu Československá superstar (Televizní

<sup>25</sup> Zde se opět dostáváme k Barthesově definici mýtu: mýtus je způsob promluvy.



noviny, 18. 3. 2011)), jedná se téměř ve všech případech o zprávy, které sobě nesou podstatnou a užitečnou informaci, která má vliv na život v zemi.

**Tabulka č. 11: Výskyt zpráv bez Luleových mytologických archetypů**

Datum	Zprávy bez mytologického archetypu ČT	Zprávy bez mytologického archetypu TV Nova
7. 9. 2010	7	5
2. 10. 2010	3	4
3. 1. 2011	4	1
17. 2. 2011	4	3
2. 3. 2011	4	3
18. 3. 2011	3	2
4. 3. 2011	3	1
<b>Celkem</b>	<b>28</b>	<b>19</b>
<b>Procento zpráv, ve kterých se žádný archetyp neobjevuje</b>	<b>13%</b>	<b>9,7%</b>

### 4.3 Shrnutí

6 ze 7 kategorií Luleových mytologických archetypů bylo ve větší míře využíváno TV Nova než Českou televizí. Naopak zpráv, kde se žádný archetyp nevyskytoval, bylo více v ČT. Nejvýraznější rozdíl byl zaznamenán u kategorie Potopa, kterou TV Nova využila v o 8,5% více případech.

Přestože rozdíly byly malé, skutečnost, že TV Nova ovládla všechny kategorie až na jednu, poukazuje na to, že využívá mytologických archetypů ve zpravodajství ve větší míře než ČT a její zpravodajství má více než zpravodajství ČT podobu infotainmentu.

Pro zpravodajství České televize ale výsledek přesto není pozitivní, protože by se dalo předpokládat, že zpravodajství televize veřejné služby bude využívat Luleových či jakýchkoli jiných mytologických archetypů ještě o něco méně, než nejkomerčnější<sup>26</sup> televizní stanice v České republice. Mýtus dělá zprávu ergonomickou. Tím se zároveň devastuje její odborná úroveň, protože cílem této ergonomizace je, aby byl mediální obsah konzumovatelný většinovým divákem.

Stejně jako jsem zavedl u předchozí kategorizace škálu, na jejíchž krajích stojí jako binární opozice informace a mýtus, škála vyplývající z Luleovy typologie by na protichůdných pólech měla slova zpráva a pohádka.

<sup>26</sup> Vezmeme-li v potaz sledovanost a z ní pramenící cenu reklamního prostoru.

#### 4.4. Nedostatky

Základním technickým nedostatkem byl příliš malý vzorek. Berme tedy výsledky výzkumu spíše jako vodítko nesměle naznačující, která televizní stanice ve větší míře využívá mytologické archetypy ve zpravodajství.

Základním nedostatkem co do relevance poznatků je, že některé mytologické prvky nejsou dobře měřitelné. Výraz, oblečení reportérů, zvolený jazyk, míra používání rekvizit a ilustračních záběrů, přestože nepřináší žádná nová fakta, kontaminace zpráv téměř nesouvisejícími motivy, jen aby došlo k jejich zatraktivnění (odvolání soudce Pavla Kučery doprovázené fotografií Jaromíra Jágra, protože se narodil ve stejném roce, kdy se Kučera stal soudcem (Televizní noviny 7. 9. 2010))...

Zřejmým nedostatkem, patrně neodbouratelným, je také vytváření kategorií obecně. I když budeme schopni oddělit mýtus od reality, kategorie budou vždy umělé, svazující a vytvořené člověkem, budou generalizovat, čímž samy získají charakter Barthesova mýtu.

#### 5 Závěr

Informace sama o sobě je neutrální. Mýtus jí přiřazuje rozmanitá emocionální zabarvení. Mýtus je také často používán k manipulaci s informací. Pokud má Stuart Hall pravdu a význam skutečně vzniká až u recipienta sdělení, není to vzhledem k možnosti zneužívání mýtů dobrá zpráva. Určité skupiny lidí – segmenty trhu – mají totiž podobné, výzkumnými metodami měřitelné, preference, zájmy, postoje, vzdělání atp. Pokud se tyto společné prvky vezmou v potaz, není obtížné předpovídat podobu recepce mediálního sdělení u nemalého procenta zkoumaného vzorku. Kdyby totiž význam nevznikal u recipienta, kdyby každý nový recipient neznamenal nový význam, kdyby byl pouze jeden, všem nad vší pochybnost zřejmý a srozumitelný význam mediálního textu, mýtus by byl neutrální rovněž. Problémem mýtu tedy je, že člověka může ovlivňovat, aniž si on sám uvědomuje, že jeho spontánní reakce je pro producenta mediálního sdělení žádoucí. V tom je mýtus nebezpečný – může populaci dělit na ty, kteří plánují, umí s ním zacházet a na ty, kteří spontánně reagují, protože nedokážou roztřídit mýty a realitu. Zcela nedokáže mýtus a realitu oddělit nikdo, protože nejspíš není v lidských silách oddělit objekt od subjektu, proto je tu alespoň kompromisní útěcha - vztahovat toto riziko manipulace spíše na mytologické archetypy, které už jsou popsatelné lépe.

Mýtus vytváří identitu skupiny. Ospravedlňuje současný stav společnosti. Může určovat, co je přirozené (například panovník z boží vůle, alimentární zákazy), co je nežádoucí, vytváří představu o nadřazenosti skupiny i doby, ve které žije, legitimizuje sociální stratifikaci ve skupině i rozdělování statků.

Mytologická složka mediálních obsahů vychází částečně z našeho sociálně kulturního prostředí a částečně z naší biologické podstaty. Nejvýraznější mytologické archetypy, silné příběhy, které se objevují i ve zpravodajství, prostupují celými dějinami civilizovaného lidstva. Ovšem, na rozdíl od genetiky, je dědičnost mýtů také lamarckistická.

Je možné vytvořit bezpočet kategorií i kategorizací mytologických archetypů ve zpravodajství<sup>27</sup> i obecně. Jakákoli kategorizace je vždy zjednodušující. Počet možností je totiž pravděpodobně horizontálně (nedokážeme vyjmenovat všechny možnosti) i vertikálně (neznáme všechny nad-kategorie ani pod-kategorie, neobsáhneme všechny nuance daného archetypu) nevyčerpaný. Například Luleovu typologii by bylo možné rozšířit o následující kategorie: Mesiáš (na rozdíl od Obětního beránka nenarušuje společenský řád, jen nabízí skvělé řešení nějakého, často vykonstruovaného problému – archetyp využívaný ve volebních kampaních a reklamách na léky), Ošklivé káčátko (Hrdina, který narušuje hrdinskou archetypální formuli) nebo Zrádce (archetyp zobrazující přechod jedince z jedné antagonistické skupiny do druhé).

Ve zpravodajství mýtus vytváří z událostí příběhy. Tvůrci zpráv se snaží p(r)odávat divákovi informace tak, aby pro něj byly snáze stravitelné. Zpráva proto musí obsahovat správný mix informací a mýtů, aby byla srozumitelná a poutavá, a zároveň si zachovala informační hodnotu. Měla by tedy platit nepřímá úměra: čím více mýtů, tím méně informací (už proto, že zpravodajská relace má omezenou stopáž a čas, ve kterém se stanice zobrazuje plačící matky, by mohl být využit jinak) a naopak. Tato práce se zabývala tím, do jaké míry se tvůrci zpráv jednotlivých televizních stanic uchylují k používání mytologických archetypů, do jaké míry zpravodajství ztraktivňují, do jaké míry ho přibližují atraktivnějším televizním formátům, jako jsou filmy a seriály, tedy takovým, jejichž substrátem teoreticky nejsou informace, ale příběhy.

---

<sup>27</sup> Jestli je mytologický archetyp ve zpravodajství nebo ne by nemělo být důležité. Stejně, aby byl mytologický archetyp skutečně mytologickým archetypem, musí být uložen v individuálních i kolektivní paměti společnosti jako něco přirozeného. Uváděné mytologické archetypy si zpravodajství nemůže usurpovat. Tyto archetypy se objevují ve zpravodajství, protože nejvíce vyhovují jeho způsobu vyprávění. Každý mýtus používaný ve zpravodajství jej široce přesahuje.

Česká televize ve všech třech kategoriích, které jsou v mém výzkumu obsaženy, prokázala větší zálibu v informacích. 1) Celkově odvysílala více zpráv (ve sledovaném období 142 ku 114 na TV Nova). Každá nová zpráva mívá nějaké ústřední téma – informaci. Pokud je zpráv méně, jsou tedy pravděpodobně delší. Delší zpráva znamená více prostoru pro ergonomizaci, rekvizity, ilustrační záběry atp. Nutno dodat, že Televizní noviny jsou často i o 4 minuty kratší než Události. 2) Iniciátoři zpráv jsou kategorií, která ukazuje rozdíly mezi stanicemi v největší míře. 64% zpráv iniciovaly v ČT spíše kategorie mající potenciál přinášet informace, v TV Nova jich bylo 43,7%. Kategorie nesoucí spíše mytologickou hodnotu zase dominovaly v TV Nova s 55,3%, oproti 40,1% v ČT. 3) Větší tendenci inklinovat k používání mytologických prvků ve zpravodajství ukázala TV Nova i ve statistice používání sedmi<sup>28</sup> Luleových mytologických archetypů. V 6 ze 7 sedmi případů se konkrétní archetyp vyskytoval častěji v Televizních novinách.

Výsledky výzkumu nijak nepřeceňuji. Pozitivní je, že dává jistou naději, v případě srovnání využívání Luleových archetypů naději v řádu jednotek procent, že je náš systém vysílání skutečně duální, tedy, že se veřejnoprávní televize od té komerční, alespoň co se týká zpravodajství, liší také něčím jiným, než kladením důrazu na vzhled moderátorů a způsobem financování.

## 6 Summary

I hope that this bachelor thesis will help to highlight what mechanisms are used to make TV news more comprehensible to the public. It deals with the contradiction between the effort to inform and the necessity to entertain (or vice versa – the effort to entertain and the necessity to inform), in order to capture and keep the viewer's attention. Both these tendencies compete with each other for the time allotted to the news and both have the right to be included. For this purpose the Czech TV and TV Nova are compared.

Myths, infotainment, mythological archetype, story - all these help to make the news more attractive to the general public. The specialist literature that I have studied on the topic does not find the tendency to involve the element of entertainment in the news very positive. Moreover, more mythological elements in the news mean less real information, which can distort the perception of the reality, and it is in this programme

---

<sup>28</sup> Což je samozřejmě mytologické číslo par excellence.

format undesirable. On the other hand it is necessary to realise that freedom in the media, just as in political life, must be real, not only theoretical. Information must be not only financially affordable and geographically accessible. Everybody should have the right to get information in a comprehensible way.

Myths in news broadcasts usually appear in the form of mythological archetypes, which are subconsciously familiar to the viewer. It could be compared with a romantic film – here we expect the couple in love to overcome a collision, crisis and catastrophe and end up in the final embrace. Similarly we expect the news stories in the media to keep a certain archetypal formula. Different authors have different criteria of classification of these formulas and dividing them into categories.

Myths reflex all aspects of humankind. That is why myths are so familiar, because their archetypes are people themselves. They range from the general, unalienable characteristics of man to the latest trends, which we identify ourselves with just for a short time.

Myths also legitimise the present system of government. Thompson in his work “Media and Modernity“ deals with the rules of making somebody visible through media. These rules – i.e. who and in what light should be made visible – help to make and legitimise the present social stratification. Seen from the point of view of mythological research, celebrities and media stars are mere characters, not different from fairy-tale, mythical and fictional ones. A myth creates a kind of fictitious image, gives them theatrical roles prescribed according to the archetypal formula.

To finish with there is the comparison itself. According to the criteria which I proposed, the Czech TV, in comparison with TV Nova, proved to be more engaged in informing than entertaining viewers. Considering the assumption drawn from the theory of media, this is a positive finding. Informing rather than entertaining in the news broadcast should be the aim of a public television.

## **7 Použité zdroje**

### **7.1 Seznam pramenů**

*Události.* Česká televize 1, dne 7. září 2010.

*Události.* Česká televize 1, dne 2. října 2010.

*Události.* Česká televize 1, dne 3. ledna 2011.

*Události.* Česká televize 1, dne 17. února 2011.

*Události.* Česká televize 1, dne 2. března 2011.

*Události.* Česká televize 1, dne 18. března 2011.

*Události.* Česká televize 1, dne 3. dubna 2011.

*Televizní noviny.* TV Nova, dne 2. října 2010.

*Televizní noviny.* TV Nova, dne 3. ledna 2011.

*Televizní noviny.* TV Nova, dne 3. ledna 2011.

*Televizní noviny.* TV Nova, dne 17. února 2011.

*Televizní noviny.* TV Nova, dne 2. března 2011.

*Televizní noviny.* TV Nova, dne 18. března 2011.

*Televizní noviny.* TV Nova, dne 3. dubna 2011.

*Biblií svatá: Starý zákon.* Praha: Biblická společnost britická a zahraniční, 1934. 826 s.

HEGER, Ladislav. *EDDA*. 1. vyd. Praha: Argo, 2004. 496 s. ISBN 80-7203-533-9

KUN, Nikolaj Andrejevič. *Starořecké báje*. 680 s. 2. vydání. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1976. ISBN 14-610-76.

STURLUSON, Snorri. *Edda a Sága o Ynglingzích*. 1. vyd., dotisk 2003. Praha: Argo, 2003. 224 s. ISBN 80-7203-458-8

## **7. 2 Seznam odborné literatury**

BARTHES, Roland. *Mytologie*. 1. vydání. Praha: DOKOŘÁN, 2004. ISBN 80-86569-73-X.

CARMICHAEL, Chris M. Associated content [online]. c2007, poslední revize 17. 5. 2007 [cit. 2011-04-30]. <[http://www.associatedcontent.com/article/247802/your\\_brain\\_waves\\_change\\_when\\_you\\_watch.html?cat=25](http://www.associatedcontent.com/article/247802/your_brain_waves_change_when_you_watch.html?cat=25)>.

COTTERELL, Arthur. *Encyklopedie mytologie*. 2. vyd. Čestlice: Rebo Productions, 2000. 256 s. ISBN 80-7234-139-1.

DUMÉZIL, George. *Mýty a bohové Indoevropanů*. 1. vydání. Praha: OIKOYMENH, 1997. 264 s. ISBN 80-86005-25-9.

překlad Ivo Budil, *Mythe set dieux des Indo-Européens*, Flammarion, Paříž, 1992.

ERIKSEN, Thomas Hylland. *Tyranie okamžiku*. 1. vydání. Brno: Nakladatelství DOPLNĚK, 2005. 168 s. ISBN 80-7239-185-2

GALTUNG, J., RUGE, M. H. The Structure of Foreign News. In TUMBER, H. *News: a Reader*. Oxford: Oxford University Press, 1999. 432 s. ISBN 978-0-19-874231-9.

HOLUB, Ondřej. *Mytologie v kontextu dějin*. Praha: Česká zemědělská univerzita v Praze, Provozně ekonomická fakulta, Katedra psychologie, 2010. 63 s. Vedoucí bakalářské práce PhDr. Ing. Petr Kokaisl, PhD.

KEBZA, Vladimír. *Chování člověka v krizových situacích*. 1. vydání. Praha: Česká zemědělská univerzita v Praze, 2009. 134 s. ISBN 978-80-213-1971-4

KELLER, Werner. *Etruskové*. 2. vyd. Praha: Orbis, 1975. 392 s. ISBN 11-082-75

LÉVI-STRAUSS, Claude. *The savage mind*. 2. vydání. Chicago: The University of Chicago Press, 1966. 368 s. ISBN 0-226-47484-4.

Dostupné z www: [http://books.google.cz/books?id=JI6GVFbP9hAC&printsec=frontcover&dq=the+savage+mind&source=bl&ots=pwu7qLc6fF&sig=jDA9ab4DmFBc0S1jvPb1Eizu2ks&hl=cs&ei=Wum9TcimBo\\_Hsgbh5r2FBg&sa=X&oi=book\\_result&ct=result&resnum=8&sqi=2&ved=0CGEQ6AEwBw#v=onepage&q=place&f=false](http://books.google.cz/books?id=JI6GVFbP9hAC&printsec=frontcover&dq=the+savage+mind&source=bl&ots=pwu7qLc6fF&sig=jDA9ab4DmFBc0S1jvPb1Eizu2ks&hl=cs&ei=Wum9TcimBo_Hsgbh5r2FBg&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=8&sqi=2&ved=0CGEQ6AEwBw#v=onepage&q=place&f=false)

LULE, James. *Daily news, eternal stories: the mythological role of journalism*. New York: The Guilford Press, 2001. 247 s. ISBN 1-57230-608-4.

Dostupné z www: [http://books.google.com/books?id=j96y2R7ubmAC&printsec=frontcover&dq=jack+lule&hl=cs&ei=kgxcTZXvE5P04gbOp430Cw&sa=X&oi=book\\_result&ct=result&resnum=1&ved=0CC4Q6AEwAA#v=onepage&q&f=false](http://books.google.com/books?id=j96y2R7ubmAC&printsec=frontcover&dq=jack+lule&hl=cs&ei=kgxcTZXvE5P04gbOp430Cw&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=1&ved=0CC4Q6AEwAA#v=onepage&q&f=false)

MALINOVSKÝ, Stano. Esej o početí a pokřtění franské Evropy – 3. část. *České genealogické a heraldické listy*, 2010, roč. 30, č. 1, s. 50–64. ISSN 1212-9631

MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. 4. vydání. Praha: Portál, 2009. 640 s. ISBN 978-80-7367-574-5

PUHVEL, Jaan. *Srovnávací mytologie*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 1997. 395 s. ISBN 80-7106-177-8.

PROPP, Vladimir Jakovlevič. *Morfologie pohádky*. Jinočany: H&H, 1999. 362 s. ISBN 80-86022-16-1.

SMITH, Robert Rutheford. Mythic elements in television news. London: Sage, 1997. s. 325-332. In *Social meanings of news*. ISBN 0-7619-0076-4.



Dostupné z www: [http://books.google.com/books?id=JV0XQUF-o6gC&printsec=frontcover&hl=cs&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](http://books.google.com/books?id=JV0XQUF-o6gC&printsec=frontcover&hl=cs&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)

SVOBODA, Ludvík. *Encyklopedie antiky*. 1. vyd. VACRLA, L. – VIDMAN, L. Praha: Academia, 1973. 744 s. ISBN 401-22-875.

VILÍMKOVÁ, Milada. *Starověký Egypt*. 1. vydání. Praha: Mladá fronta, 1977. 344 s. ISBN 23-094-77.

ZAMAROVSKÝ, Vojtěch. *Na počátku byl Sumer*. 2. vydání. Praha: Panorama, 1983. 264 s. ISBN 11-115-83.

## 8 Přílohy

### 8.1 Mýty z první strany

4 příběhy, které uvádí James Lule na začátku své knihy názorně ukazují, jak mýty a zprávy mohou být podobné. V těchto 4 příbězích je poměrně snadno možné vypozorovat archetypální formuli, která za příběhy pravděpodobně stojí.

**Příběh 1:** Stařešinové z Choctawského kmene v Severní Americe vyprávěli o době, kdy temnota pokryla celou zemi. Vůdci kmene nekonečně dlouho hledali denní světlo. Nakonec, se světlo objevilo přicházející ze severu. Kmen oslavoval, ale několik rodin chápalo nebezpečí, které se může nalézat ve světle, stejně jako ve tmě. Tyto rodiny si zbudovaly ohromný vor, když se zbytek kmene odmítal zabývat možným nebezpečím a čekaly, až k nim dorazí světlo. Potom se ozval velký řev. Světlo se zjevilo jako pramen rozsáhlé povodně, která odnesla celý kmen, kromě moudrých rodin na voru, které přežily, aby vytvořily kmen znovu (Lule, 2001, s. 1).

**Příběh 2:** Hlavní kněží Inků učili svůj lid o katastrofě v Pachamamské éře. Byly to časy úpadku a barbarství. Jenom dva prostí pasáci zůstávali věrní svým bohům. Jednoho dne, pasáci byli varováni lamami, že se blíží velká potopa. Pasáci a jejich rodiny vyhledali útočiště na nejvyšší hoře. Sledovali, jak je svět pod nimi pohlcen rozvířenými vodami (Lule, s. 1).

**Příběh 3:** Genesis vypráví příběh o Noemovi a arše. Bůh viděl, že úpadek a hříšnost je na zemi velká. Ale Noe, dobrý člověk si získal boží přízeň. Bůh řekl Noemovi, aby postavil archu a naplnil jí živými bytostmi. Potom se stavidla nebe otevřela a déšť padal na zemi po 40 dní a 40 nocí. Pouze Noe, jeho rodina a zvířata v arše přežili (Lule, s. 2).

**Příběh 4:** New York Times psali o devastaci střední Ameriky v roce 1998. Nesmírná chudoba zamořila několik národů. Zchudlí lidé postavili své chatrné domovy nebezpečně blízko řekám nebo je nejistě posadili na svahy hor – do oblastí zapomenutých bohatšími vrstvami a korporacemi. Vůdci těchto národů jakoby je neviděli. Hurikán přišel z východu. Pršelo několik dní. Potopy a velké hory bahna smetly pryč celé vesnice. Tisíce lidí zemřelo. Tato scéna byla jako zjevení z Danteho, záplava biblických rozměrů, psaly Timesy. „Je to boží trest,“ říká starší honduraský tesař na první straně Timesů (Lule, s. 2).

## 8.2 Mytologický slovník

Protože uvádím mnoho příkladů, které se opírají o kořeny zasazené v tradiční mytologii, uvádím krátký slovník, který tyto příklady zařadí do mytologického kontextu.

### 8.2.1 Jmenný slovník

**Achilles** – nejkrásnější a nejstatečnější z řeckých hrdinů. Byl vychován kentaurem Cheirónem. Bylo mu předpovězeno, že padne před branami Tróje. Jeho matka Thetis se ho snažila uchránit před osudem – pálila jej nad ohněm, namáčela ho za patu v řece Styx, přestrojila ho za dívku a ukryla na ostrově Skýru. V Tróji zabil hrdinu Hektora. Sám zemřel poté, co jej Paridův šíp vedený Apollónem trefil do paty (Svoboda, 1973, s. 39).

**Ailill Mac Mata** – král Connachtu, manžel dominantní královny Maeve (Medb). Ailill zařídí, aby jeho slepý bratr zastřelil Ferguse mac Roícha při koupání v jezeře s Maeve. Za tento zločin je z pomsty zabit Conallem (Cotterell, 2000, s. 96).

**Amirani** – gruzínský Prométheus, syn bohyně a lovice, který je stejně jako Prométheus a Loki za své přečiny proti bohům přikován ke skále.

**Asklépios** – původně thesalský heros zdraví, syn Apollónův. Stal se ochranným bohem lékařů. Býval zobrazován jako vousatý muž, opírající se o hůl ovinutou hadem, v doprovodu psa (Svoboda, 1973, s. 81).

**Athéna** – byla ochránkyní Attiky. Vyhrála nad Poseidónem olivu a věnovala jí lidem. Dárkyně vítězství v boji. Zajišťovala úrodu polím. Obdarovala lidstvo znalostí některých řemesel. V Římě sloučena s Minervou, která je etruského původu (Svoboda, 1973, s. 84).

**Baldr** - „smělý kníže“, první zabitý bůh, syn Ódina a Friggy (Heger, 2004, s. 474). Jeho manželkou byla Nanna, jeho synem Forseti, bůh spravedlnosti. I přesto, že o smutné události všichni věděli předem, stejně se jim nepodařilo Baldrově smrti zabránit. Baldr byl zabit šípem ze zakrslého jmelí bohem Hödem, který byl k tomuto činu zmanipulován Lokim, jenž na Baldra žárlil. Baldrova sličnost a předčasná smrt připomíná mýty o egyptském Osiridovi, sumerském Tammuzovi nebo také mýtus o Adonisovi, umírajícím a znovu ožívajícím bohu starých Řeků, původně přejatý od Féničanů (Cotterell, 2000, s. 182).

**Bellerofontés** – vnuk Sisyfův, nevlastní syn korintského krále Glauka. Opustil Korint. Poté byl vše přijat Proitem, králem Tíryntu. Jeho manželka Anteia zahořela k B. láskou. Ten jí odmítl, což neunesla a stěžovala si na B. svému manželovi, který jí uvěřil

a poslal B. ke svému tchánovi Iobatovi do Lykie. Proitos poslal Iobatovi přes B. cedulku, na které byla zašifrována zpráva, že má B. zabít. I. mu uložil bojovat s Chimairou a několik dalších úkolů. B. je ale s pomocí svého okřídleného koně Pegasa překonal. I. ho za tyto skutky učinil svým zetěm a dědicem. B. zpychl a vznesl se na Pegasu do nebe. Zeus ho proto srazil na zem a potrestal šílenstvím (Svoboda, 1973, s. 99).

**Bergelmi** – „řvoucí jako medvěd“ nebo „řvoucí v horách“ (Heger, 2004, s. 474). Byl vnukem Ymiho, který byl zabit Ódinem, Vém a Vilim. V Ymiho krvi se utopili všichni mraziví obři až na Bergelmiho a jeho ženu. Ti unikli na vykotlaném stromu a zachovali tak rod obrů, který od té doby choval k bohům nenávisť. Mraziví obři měli tento spor vzniklý rozsekáním Ymiho rozhodnout až při ragnaröku (Cotterell, 2000, s. 183, 184).

**Deukalión** – syn Prométheův. On a jeho žena Pyrrha byli jediní lidé, kteří unikli potopě seslané Diem na hříšné lidské pokolení. Nakonec přistáli na hoře Parnassu. Z kamenů, jež po opadnutí vod na příkaz věštby házeli za sebe, vzniklo nové lidské pokolení (Svoboda, 1973, s. 142).

**Efiálfes** – zrádný Řek, který přivedl Peršany v bitvě u Thermopyl pohořím Kallidromos do týlu řeckých obránců (Svoboda, 1973, s. 163).

**Enkidu** – člověk stvořený z hlíny. Divoch, který původně žije se zvířaty a později se stává Gilgamešovým přítelem. Společně konají hrdinské skutky. Enkidu urazí bohyni Inannu. Proto na něj bohové sešlou nemoc a on umírá. Po jeho smrti se G. vydává na výpravu hledat nesmrtelnost.

**Fergus Mac Roích, Mac Roth, Mac Roeg** – král Ulsteru. Když o Ulster bojoval, připojil se k vojsku královny Maeve. V této bitvě zemřel legendární hrdina Cuchulainn. Jeho vztah s Maeve se mu stal osudným. Byl zabit jejím žárlivým manželem Ailillem Mac Matou (Cotterell, 2000, s. 129).

**Frigg** – bohyně z rodu Ásů, Ódinova žena, Baldrova matka. Bohyně manželské lásky (Heger, 2004, s. 476). Byla bohyní země a ovzduší. Nevěštila budoucnost, ale znala osud všech bohů i lidí. Marně se pokusila ochránit Baldra před smrtí. Měla mnoho společného s Freyjou (Cotterell, 2000, s. 191).

**Gáia, Gé** – řecká bohyně země, považována také za bohyni plodnosti i bohyni mrtvých. Zplodila s Úranem Krona a jeho sourozence, většinou stvůry. Za helénismu byla ztotožněna s Deméter (Svoboda, 1973, s. 208).

**Gilgameš** – byl pátým králem Uruku, údajně vládl 126 let (Zamarovský, 1983, s. 246). Je ústřední postavou Eposu o Gilgamešovi, jehož ústředním tématem je hledání

nesmrtelnosti. Toto dílo obsahuje i sumerskou verzi báje o potopě. Na konci eposu si G. uvědomí, že nesmrtelnosti může dosáhnout díky skutkům, které za života vykoná.

**Héra, Héraion** – bohyně, jež původně ochraňovala vladařský palác. Poté, co se rozšířil Diův kult, vytvořila s ním manželskou dvojici. Byla matkou Héby, Área a Héfaista. Měla na starost střežit rodinu, sňatek, ženy a manželské děti. V trojské válce podporovala Řeky, protože jí Paris nepřihlí vítězství ve sporu tří bohyň o krásu. V mýtech se odráží stav, kdy nebyla Diovou ženou – často pronásleduje Diovu milenkou (Svoboda, 1973, s. 227).

**Hérakles, Herkules** – syn Dia a Alkmény, pravnuke Perseův, heros. Héra mu celý život škodila. Ta také zařídila, aby po dosažení dospělosti musel sloužit králi Eurystheovi. Ten mu uložil 12 úkolů. V Thébách se oženil s Megarou, ale v záchvatu šílenství, seslaném Hérrou, ji i jejich děti zabil. Pak si vzal Déianeiru. Když se jí kentaur Nessos dvořil, Hérakles ho zabil. Poté co dobyl Oichalie, přivedl si zajatkyni Ionu. Žárlivá Déianeira poslala Héraklovi oděv napuštěný Nessovou krví. Poté ho zachvátily nesnesitelné bolesti, a proto se raději sám upálil. Po smrti byl vzat na Olymp (Svoboda, 1973, s. 228, 229).

**Hestia** – bohyně domácího krbu, která neměla určitou podobu. Byla dcerou Rhey a Krona. Sídlila v krbu, kam se jí každý den obětoval první kousek jídla. Později byla považována za ochránkyni státu. Tím vzrostl její význam a její jméno bylo uváděno na začátku modlitby (Svoboda, 1973, s. 233).

**Hödr, Höd** – „bojovný“, slepý bůh z rodu Ásů, neúmyslně usmrtil Baldra (Heger, 2004, s. 480). Hödr byl za trest poslán za Baldrem do Helu. Po ragnaröku se společně vrátí na zem. Saxo Grammaticus v Kronice Dánska uvádí jinou verzi tohoto příběhu. Podle ní je Baldr nenáviditelná postava, která soupeří s Hödem o ruku Nanny, Baldr nakonec zemře Hödovým kouzelným mečem (Cotterell, 2000, s. 198, 199).

**Iáson** – syn Aisóna, krále v thesalském Iólku. Byl vychován kentaurem Cheirónem. Aisónův bratr Peliás se zmocnil trůnu. Když Iáson dospěl, vrátil se do Iólku získat trůn zpět pro svého otce. Peliás souhlasil, ale na oplátku žádal zlaté rouno od krále Aiéta z Kolchidy. S mnoha řeckými hrdiny – Argonauty - pak I. vyplul do Kolchidy na lodi Argo. Rouno získal pomocí Aiétovy dcery Médeiy a společně se vrátili do Řecka. Později ji opustil, protože chtěl uzavřít sňatek s dcerou korintského krále. Médeia proto zavraždila svoje a Iásonovy děti a uprchla. I. po letech zemřel pod troskami lodi Argo (Svoboda, 1973, s. 261).

**Cheirón** – moudrý Kentaur znalý lékařského umění. Byl učitelem mnoha slavných hrdinů (Achillea, Thésea, Iásona, Asklépia). Byl poraněn Héraklovým jedovatým šípem, a protože jeho rána byla nezhojitelná, vzdal se nesmrtelnosti v Prométheův prospěch (Svoboda, 1973, s. 255, 256).

**Chuwawa, Chumbaba** – netvor, který v sumerské, chetitské a akkadské mytologii ztělesňoval všechno zlo světa. Žil v cedrovém lese. Byl zabit Gilgamešem (Zamarovský, 1983, s. 228).

**Juno** – římská a etruská bohyně, ochránkyně žen. Římská bohyně plodnosti, manželka Jova. Společně s Jovem a Minervou byla hlavní městskou bohyní. Jejich společným sídlem byl Kapitol (Svoboda, 1973, s. 281).

**Leonidas** – spartský král, který roku 480 př. n. l. hájil Thermopyly, aby zabránil perskému králi Xerxovi I. ve vstupu do středního Řecka. Byl zrazen Efioldem, který Peršany dovedl do týlu Leonidasova vojska. Leonidas pak spojence propustil a sám se svými Spartyany padl v boji proti mnohonásobné přesile (Svoboda, 1973, s. 338).

**Loki, Lopt** – Laufeyjin syn, Sigyin muž, Ódinův pobratim, postava neurčitého původu (Heger, 2004, s. 481). Byl synem obrů Fárbautiho a Laufey. Škodil bohům, ale také jim občas pomáhal. Zavínil Baldrovu smrt, za což byl potrestán přikováním ke skále. Při ragnaröku bojuje na straně obrů, zabije Heimdalla, ale je jím i sám zabit (Cotterell, 2000, s. 206, 207).

**Manqo Qupaq, Ayar Manco** – byl prvním Inkou. Spolu se svou sestrou Mama Ocollo byl poslán Sluncem Stvořitelem, aby přinesl lidem civilizaci, neboť ti do té doby žili naří v jeskyních a neznali vaření ani zemědělství. Je údajným zakladatelem Cuzca.

**Marduk** – akkadský, babylonský a asyrský bůh, patron města Babylon. Při slavnostech Akitu, oslavě babylonského nového roku, byl na kopci (věřilo se, že na kopcích je vchod do podsvětí) obětován jako symbol konce nového roku, a na konci slavností opět vzkříšen.

**Minerva** – italská a etruská bohyně, jejíž původní rysy byly ztotožněny s Athénou. V Římě byla s Jovem a s Junonou hlavním božstvem Kapitolu. Bohyně řemesel, za císařství také bohyní vítězství (Svoboda, 1973, s. 387).

**Nuada, Nuada Airgetlamh** – Nuada „Stříbrnoruký“, irský bůh, ztratil ruku v první bitvě u Magh Tuireadh, do té doby byl vůdcem Tuatha De Danannských. Znovu se stal vůdcem před druhou bitvou u Magh Tuireadh proti Fomórijským, což jí způsobilo, protože vůdce mezi těmito dvěma bitvami Bres, byl napůl Fomórijec, a stěžoval si svým příbuzným. V této bitvě Nuada zemřel (Cotterell, 2000, s. 153).

**Ódin** – spojuje se obyčejně s adj. ódr od subst. aedi, něm. Wut – zuřivost, též posedlost, vznícená mysl a rozum. Ódin je nejvyšším bohem vyšší společenské vrstvy. Představuje rozumovou sílu, je mistrem kouzel, vládcem run a kouzlem získal i nápoj básníků. Tvoří protiklad k Thórovi, představiteli hmotné síly, oblíbenému bohu sedláků. Ódin (něm. Wotan) byl bohem kontinentálních Germánů a do Skandinávie se zřejmě dostal druhotně (Heger, 2004, s. 483).

**Perseus** – syn Dia a Danaé, dcery Akrisia, krále Argu. Král Polydektés, který se Danaé ujal poté, co jí její otec v obavě před věštbou poslal po moři, se chtěl mladého Persea zbavit. Vyžádal si od něj hlavu Gorgony Medusy. Poté co jí Perseus zabil, vyskočil z jejího trupu okřídlený kůň Pegas. Při návratu zachránil dceru krále Kéfea Andromedu, která se stala jeho ženou. Po návratu ukázal Polydektovi hlavu Medusy a ten zkameněl. Později nešťastnou náhodou zabil diskem svého děda, zdědil jeho říši a stal se mýtickým zakladatelem Mykén (Svoboda, 1973, s. 465).

**Porsenna** – král etruského Clusia. Podle řím. tradice se 508 př. n. l. snažil znovu dosadit na trůn rod Tarquiniů. Hrdinství Římanů a odpor jiných italských měst přinutili Porsennu, aby obléhání zanechal. Podle jiné tradice se mu zase podařilo Řím dobýt (Svoboda, 1973, s. 487).

**Prométheus** – Titán, otec Deukaliónův. Oklamal Dia tím, že mu vnutil kosti zabalené v tučné kůži a získal pro lidstvo maso. Zeus poté vzal lidem oheň, který šel P. ukrást na Olymp. Poté poslal Zeus na zem Pandoru a s ní mnoho strastí. Nakonec byl připoután ke skále a orel mu denně kloval játra. Nakonec jej odpoutal Hérakles (Svoboda, 1973, s. 506). Prométheus reflektuje archetyp indoevropského hrdiny, který ale není tak vznešený jako v pozdější Aischylově verzi.

**Sigfried, Sigurd** – severogermánský hrdina podobný Artušovi. Jutský král jej poslal pro bájný zlatý poklad. Byl schovancem Regina, jež se svým bratrem Fáfním zabili svého otce Hreidmara, který poklad získal jako první. Fáfni chtěl ale poklad pro sebe, a tak se proměnil v draka, aby ho v této podobě střežil. Sigurd ho probodl zespoda. Získal tak poklad i Fáfniho moudrost. Proto rozuměl řeči a zjistil tak, že ho chce zabít Regin, a proto ho zabil jako první (Cotterell, 2000, s. 223).

**Soslan** – oblíbený hrdina vystupující v eposu Nartové. Má stejně jako Baldr jedno slabé místo, do kterého je zasažen vrahem, jehož ruka je vedena myšlenkou zlosyna – Syrdona (Puhvel, 1997, s. 252).

**Surtr** – „černý“, vládce Múspellsheimu, který sežehne při ragnaröku celý svět ohněm (Heger, 2004, s. 484).

**Sutech** – syn bohyně nebes Nut a boha země Geba. Sourozenec Usirea, Eset a Nebthet, která byla zároveň jeho ženou. Zavraždil svého bratra Usirea, potom jeho tělo roztrhal na 14 částí. Později byl zabit Usireovým synem Hórem (Vilímková, 1977, s. 172, 194).

**Syrdon** – démonická postava mnohých kavkazských legend. Stane se strůjcem smrti oblíbeného hrdiny Soslana. Postavou, která mu odpovídá v severské mytologii je Loki (Puhvel, 1997, s. 252).

**Théseus** – legendární athénský hrdina, syn krále Aigea nebo Poseidóna. Cestou k Aigeovi do Athén zabil několik škůdců – Sinia, Skíróna, Prokrusta. Když přišel do Athén, právě se chystala vyplout loď se 7 chlapci a 7 dívkami na Krétu. T. se k nim přidal. Na Krétě zabil Minotaura a pomocí Ariadniny nitě se dostal z Daidalova labyrintu. Při návratu zapomněl vyvěsit bílé plachty, a proto se jeho otec Aigeos vrhl do moře, které je po něm pojmenováno. Poté se stal králem Athén a vykonal ještě mnoho hrdinských skutků (Svoboda, 1973, s. 616).

**Thór, Tór** – bůh hromovládce (srov. něm. Donner), ve srovnání s Ódinem představuje spíše hmotnou sílu. Nepřítel obrů, ochránce sídel bohů a lidí, nejvíce uctíváný bůh islandského a norského sedláka (Heger, 2004, s. 485).

**Usire** - syn bohyně nebes Nut a boha země Geba. Sourozenec Sutecha, Nebthet a Eset, která byla zároveň jeho ženou, otec Hóra. Byl zabit svým bratrem a roztrhán na 14 kusů. Jeho žena Eset posbírala 13 z nich. Eset jej za pomoci Thovta, Anupa, Rea a magie vrátila zpět k životu (Vilímková, 1977, s. 172, 194).

**Utanapištim** – král ze Šuruppaku, kterého bohové obdařili nesmrtelností. Vystupuje v Eposu o Gilgamešovi. G. ho prosí, aby mu prozradil tajemství nesmrtelnosti, ale posléze není schopen tyto podmínky splnit. Před velkou potopou mu bůh Ea poradil, aby postavil velkou loď ze dřeva a vysmolil jí asfaltem. Nato „*na ni naložil všechno ze živého semene, uvedl na ni celou svou rodinu a příbuzné své, zvěř stepní i drobná zvířata stepní*“ (Zamarovský, 1983, s. 228). Po opadnutí vod přistál na hoře Nisir v pohoří Ararat (Zamarovský, 1983, s. 228).

**Vé** – Burův syn, bratr Ódina a Viliho.

**Vili** – Burův syn, Ódinův bratr.

**Ymi, Ymir** – „hlučný“, první obr. Z jeho těla stvořili bohové svět (Heger, 2004, s. 487).

### 8.2.2 Místní slovník

**Flegajská pole** – místo, kde vypukl boj olympských bohů proti Gigantům. Flegajská pole se nacházela na Chalkidském poloostrově Palléně. Na tomto místě byli Giganti nezranitelní, Hérakles je vždy musel odtáhnout jinam, než je usmrtil (Kun, 1976, 241).



**Idské pláně** – původní sídla Ásů. Zde se sejdou opět ti z bohů, kteří přežijí zánik světa ragnarök (Heger, 2004, s. 481).

**Ginnugapap** – v germánské mytologii „zející prázdnota“ v čase stvoření, která ležela mezi říší ohně a zimy. Jak se teplý vzduch z jihu setkal s chladem ze severu, led Ginnungagap roztál a z jeho kapek povstal Ymi, mrazivý obr, a prvotní kráva Audhumla (Cotterell, 2000, s. 192)

**Jötunheim** – byla v germánské mytologii země, kterou dal Ódin a jeho bratři při stvoření mrazivým obrům. Byla jedním z devíti světů, stíněných vesmírným stromem Yggdrasilem (Cotterell, 2000, s. 202).

**Kurukšétra** - Kuruovské pole, planina na sever od Dillí poblíž Pánípatu v dnešním indickém státě Hariana, dějiště osmnáctidenní bitvy mezi Kuruovci a Pánduovci, popisované v Mahábháratě.

**Vigírdská planina** - v germánské mytologii planina, kde se měl odehrát ragnarök. Její plocha byla sto dvacet mil čtverečních. Přesto bylo předpovězeno, že shromážděná vojska jí zaplní do posledního místečka. Obě bojující strany se tu měly navzájem pobít (Cotterell, 2000, s. 246).

### 8.2.3 Slovník pojmenování skupin a národů

**Fomórijové, Fomóirové** - v irské mytologii mořští bohové, násilníci a pokřivení. Byli často popisováni jako bytosti, jimž chyběla jedna ruka, noha nebo oko. Prohráli ve druhé bitvě u Magh Tuireadh proti Tauatha De Danannským a Firbolgům a byli navždy vyhnáni z Irska (Cotterell, 2000, s. 131).

**Kuruovci** – jsou starší generací bohů, která bojuje proti mladší generaci – Pánduovcům v Kurukšétře. Tato bitva je zaznamenána v Mahábháratě. Pánduovci v ní zvítězí.

**Pánduovci** – božský rod, jehož příslušníci jsou ústředními postavami v Mahábháratě. Bojují s Kuruovci v bitvě na Kurovském poli. Tato bitva patrně odráží mytologický archetyp indoevropské eschatologické bitvy.

**Tarquiniové** – etruská dynastie, jejíž příslušníky kladla římská tradice na konec řady římských králů. Byli to Tarquinius Priscus, Servius Tullius, Tarquinius Superbus (Svoboda, 1973, s. 604).

**Tuatha de Danannové** – „lid bohyně Dany“, poslední generace bohů, která vládla v Irsku před příchodem synů Milesiových, předchůdců dnešních obyvatel Irska. Díky svým čarodějným schopnostem přemohli ve druhé bitvě u Magh Tuireadh Fomórijské (Cotterell, 2000, s. 168).