

1 Přístupy k analýze televize

Průvodce kapitolou:

- v této kapitole si představíme několik základních způsobů, jakými se v průběhu historie přistupovalo (či stále přistupuje) ke zkoumání televizního média;
- popíšeme si základní rozdíly mezi dvěma takovými hlavními liniemi, tedy empirickými a kritickými přístupy.



1.1 Proč se zabývat televizí?

Televize byla po dlouhá desetiletí kulturní kritikou buď ignorována, nebo považována za ohlupující médium posilující nízký vkus a nabízející nivelizovanou zábavu. Takový pohled byl samozřejmě zjednodušující a z dnešního hlediska lze tvrdit, že vykazoval velkou míru předsudků (řadu z nich bychom mohli nazvat i genderově podmíněných – např. podceňování „ženských“ žánrů, jako je soap opera, coby „jednoduchých“, nabízejících pouhý útěk od reality). Když už byl televizi věnován kulturními kritiky soustředěný zájem, byl to spíše projev obav. Coby nové médium byla totiž televize vnímána jako symptom aktuálních společenských neduhů, a proto se stala objektem zájmu ochránců veřejné morálky. Často jí byl také upírán potenciál jakékoli umělecké aspirace. Jak uvádí Glen Creeber, „zatímco filmoví kritici brzy začali argumentovat, že Občan Kane je ‚umělecké dílo‘, a proto stojí za akademickou debatu, méně snadné již bylo obhájit kulturní význam soap opery, předpovědi počasí či soutěžního pořadu“. Oproti filmovému „auteurství“, spojenému s režisérem, převládalo pojetí televize coby průmyslového, nikoli uměleckého procesu (Creeber, 2010: 1). Řada z dnes tolik vzývaných televizních sérií se dokonce nedochovala kompletní, protože televize neměly tendenci je ani archivovat (například dnes slavné pořady jako *Doctor Who*, *The Avengers* ad.).

V současnosti se televizní médium již přece jen nachází v jiné pozici, a skoro by se mohlo zdát, že již není třeba jej obhajovat a že zcela logický je i bezpředsudečný zájem kritiky a akademické sféry. Přesto jsou některé předpojatosti spojené s televizí stále živé a mnohými bývá opomíjen fakt, že jako každé médium i televize produkuje pokleslé obsahy, stejně jako vrcholně tvůrčí, inovativní a experimentální pořady. V tomto se nijak neliší od literatury, filmu či hudby. Naopak unikátní je svojí estetikou, způsoby oslovení diváka, specifickými postupy vyprávění spočívajícími zejména v sériové povaze pořadů, způsoby distribuce a zvláštními rámci její recepce. Tyto prvky televize nejsou horší a méně kvalitní, jsou prostě *jiné*, než je tomu v případě ostatních mediálních typů a jejich postupů. Vytváření hierarchie mezi médii je obtížně argumentovatelné a vlastně i nesmyslné. Všechna média mají ve smyslu tvorby své vrcholy a propady, kreativní i nudně konvenční projevy, stejně jako svá komunikační specifika.

Nutnost odborného zájmu, který bychom měli věnovat televizi, lze podložit jejím zásadním kulturním vlivem. Televizi můžeme vnímat jako klíčového *dodavatele příběhů a informací* (Kozloff, 1992). Toto médium je ve své tradiční podobě televizního přijímače umístěného v domácnosti přítomno ve více než 95 % amerických domácností, přičemž televize je tam zapnutá téměř 7 hodin denně a přes 4 hodiny ji v průměru členové

Kulturní význam televize

domácnosti i sledují. Ve zbytku světa jsou tato čísla sice menší (v Kongu mají televizor jen 2 % domácností a celosvětový průměr činil před několika lety 63,5 %), ale ve vyspělém světě to není méně než 93 %. V České republice například v roce 2013 stoupl průměrný čas strávený před televizním přijímačem u divácké skupiny 15+ na něco málo přes 4 hodiny denně, což je o třičtvrtě hodiny více než v roce 2007. Tato čísla navíc vůbec nepostihují vlastníky počítačů, tabletů a mobilních telefonů, jejichž prostřednictvím dnes mnozí diváci televizní obsahy přijímají a konzumují. Tváří v tvář takovému kulturnímu dopadu televize je samozřejmé, že televizi je nutné se zabývat, pokud chceme porozumět tomu, jakým způsobem naše společnost pomocí televizních příběhů a reprezentace světa sdílí své hodnoty a významy, či, jak říká Horace Newcomb, jak společnost komunikuje se sebou samou (Newcomb, 1983). Vedle nepopíratelného dosahu televize nás ale k zájmu o ni může motivovat i mizející hranice mezi filmovým a televizním průmyslem (ve smyslu kvality zobrazení, migrace konkrétních tvůrců, institucionální provázanosti ad.), stejně jako existence stále většího množství ambiciózních televizních projektů poutajících pozornost globálních publik.



Známý americký filmový režisér Steven Soderbergh svůj názor na současný kulturní význam televize formuloval v rozhovoru pro The Guardian následovně: „Myslím, že publikum takových filmů, na kterých jsem kdysi vyrůstal já, se dnes přesunulo k televizi. Její formát skutečně umožňuje přímý a hluboký přístup, který mám rád. Když se na televizním kabelu na pořad podívá tři a půl milionu diváků, považuje se to za úspěch. Takový počet lidí, kteří přijdou na film, úspěch není. Prostě si myslím, že film už z kulturního hlediska nehraje takovou roli.“ (Child, 2012)

1.2 Formování oboru tv studies, základní literatura

Analytické přístupy, které se uplatňují ve vztahu k televizi, lze obecně členit do dvou základních kategorií. První jsou tzv. *empirické výzkumy televize*, tedy snaha o exaktní zkoumání média, jehož výstupem jsou zpravidla kvantifikované výsledky, a pak tzv. *kritické přístupy k televizi*, tedy primárně interpretativní přístup spočívající na principech kvalitativních analytických procedur. Tyto přístupy se s různou razancí uplatňovaly v různých historických obdobích, obě oblasti lze ale každopádně považovat za přínosné pro plastické pochopení média, jeho obsahů, diváků, vlivu atd.

Empirické přístupy

Empirické přístupy, pro něž se někdy používá také označení výzkum masové komunikace, čerpají svoji metodologickou inspiraci u přírodních věd. Pracují s exaktnějšími metodami a přístupy, cílí na generování kvantifikovaných dat, typické je využívání takových procedur, jako jsou pozorování a opakovatelný experiment. Především empirické přístupy se uplatnily v prvních dekádách existence televize samotné, mimo jiné i díky tomu, že o přesnější data stála nejen televize, ale také zadavatelé reklamy, kteří byli připraveni takový výzkum televize financovat (šlo tedy především o výzkum sledovanosti). Akademická sféra projevovala zájem především o zkoumání vlivu televize na své příjemce, se zvláštním důrazem na dětského diváka, který byl vždy považován za zvláště zranitelného, tedy hodného ochrany podložené akademickým výzkumem. Taková perspektiva dominovala zejména ve Spojených státech do 80. let, kdy se o slovo razantně přihlásily i kritické přístupy k analýze televize.

Kritické přístupy své metodologie odvodily z tradice literárních a filmových studií, ekonomie či politologie. V jejich jádru dominovaly a dominují spíše kvalitativní přístupy k televizním obsahům, divákům či kontextu produkce. Právě taková perspektiva je dnes spojována s termínem television studies (televizní studia), přičemž její kořeny můžeme hledat v 70. letech 20. století, kdy se badatelé především z oblasti literárních studií a kulturní kritiky začali zajímat o stále relativně nové televizní médium. Začali se zaměřovat na jeho kulturní, technologická i estetická specifika, nakládání se žánry, společenské funkce. Právě v 70. a na začátku 80. let se objevuje několik publikací, které lze považovat za základní kameny oboru. Za duchovní otce jsou tak dnes považováni autoři z tohoto období – Raymond Williams (Williams, 1974), John Fiske a John Hartley (Fiske a Hartley, 1978; Fiske, 1987) nebo Horace Newcomb (Newcomb, 1974, 1976, 1983; Newcomb a Hirsch, 1983). Plná legitimizace oboru television studies nastala v 90. letech, kdy se obor usadil na akademické půdě, disponoval svým pojmovým aparátem a vznikly klíčové přehledové publikace, které slouží jako vstup do této disciplíny (Butler, 1994; Geraghty a Lusted, 1998; Corner, 1999; Allen a Hill, 2004).

Kritické přístupy

Zakladatelé oboru

Úvody do TV studií

1.3 Principy a předpoklady empirických a kritických přístupů

Bylo řečeno, že *metody empirických přístupů* využívají především pozorování a řízený experiment. V tomto smyslu je lze chápat jako derivát přírodovědných výzkumů, který imituje některé jejich předpoklady. Butler (2007: 418–424) tyto předpoklady formuluje následovně:

1. Informace o objektu zkoumání jsou obsažené v něm samotném. Cílem výzkumu je pouze skrze experiment či strukturované pozorování tato fakta odhalit.
2. Výzkumník je objektivní, je zastupitelný jinou zkoumající osobou.
3. Experiment je opakovatelný, takže stejná procedura aplikovaná na podobný objekt přinese přibližně stejné výsledky.
4. K pochopení fenoménu dojde v momentě, kdy nashromáždíme velké množství dat či odhalíme základní princip.
5. Výsledky lze kvantifikovat.
6. Teorie slouží ke stanovení hypotéz, výsledky zkoumání pak mohou vést k upravení teorie, mohou ji zpětně ovlivnit.

Předpoklady empirického výzkumu televize

Typickým příkladem takových výzkumů, iniciovaných často samotným televizním průmyslem, je analýza sledovanosti (rating pořadů, demografický charakter publika ad.), případně výzkumy snažící se predikovat poptávku a chování publika v budoucnosti. Naopak akademická sféra využívá tento typ výzkumů k hledání odpovědí na otázky spojené například s vlivem televizních obsahů na publikum, případně problémem motivací publika a důvodů, proč určité pořady sledují. Takové výzkumy vycházejí z konkrétního teoretického předpokladu a aplikací různých metod ověřují, nakolik tyto teorie odpovídají skutečné povaze fungování a užívání televize. Například *teorie užití a uspokojení* vychází z představy, že různí diváci konzumují televizi proto, aby uspokojili různé psychosociální potřeby. Výzkum se pak snaží získat kvantifikovaná data, která tyto důvody a motivace osvětlí.

*Fáze
empirického
výzkumu*

Obecně má proces empirického výzkumu tři základní fáze:

- a. stanovení hypotézy či otázky,
- b. testování hypotézy pomocí určité metody (mezi často používanými metodami se objevuje řízený experiment, strukturované pozorování, dotazníkové šetření, obsahová analýza, focusgroup ad.),
- c. interpretace výsledků (tato část je relativně kontroverzní fází, protože všechna data je třeba vyhodnotit, a do procesu tak vstupuje určité subjektivní hledisko).



- **Dohleďte si definice následujících termínů a konceptů: *teorie zázračné střely, teorie omezeného vlivu, užití a uspokojení*. Můžete využít například publikace DeFleur (1996) či Casey (2003).**
- **V knize *Television Studies: The Key Concepts* (Casey, 2003) si nastudujte heslo *Effects* (s. 78–81) a *Uses and Gratification* (s. 247–249).**

*Předpoklady
kritické
analýzy
televize*

Kritické přístupy k analýze televize nepostupují pomocí experimentů či pozorování, ale klíčovou procedurou se v tomto případě stává *interpretace*. Samozřejmě se mění i předpoklady, které jsou nyní formulovány následovně (Butler, 2007: 425–460):

1. Informace o objektu zkoumání nejsou pouze v něm samém, ale do určité míry vznikají v procesu interakce mezi objektem/fenoménem a tím, kdo jej zkoumá.
2. Badatel se neprezentuje jako objektivní, proces analýzy je výsledkem určitého teoretického zázemí badatele, jeho zkušeností a psychologických dispozic.
3. Analýza není opakovatelná, není garantován vždy stejný výsledek.
4. Jsou sbírána taková data, která slouží rozvinutí interpretace, nejde tedy o sběr velkého množství dat s tím, že potom „vyjeví poznání“ o objektu.
5. Výsledky se zpravidla nekvantifikují.
6. Teorie slouží jako východisko o spekulaci o objektu zájmu a nedochází k úpravě teorie po skončení analýzy. Jedná se tedy typicky o aplikaci teorie bez cíle ověřovat platnost výchozí teoretické perspektivy.

*Pravidla
kritické
analýzy*

Výše uvedené by mohlo znamenat, že kritické přístupy umožňují, aby kdokoli cokoli jakkoli interpretoval a činil si na základě takového úkonu nárok na „pravdu“. Ale i kritické přístupy samozřejmě mají svá vnitřní pravidla, umožňující vyhodnotit jejich validitu. Při „kritickém čtení kritického textu“ můžete vždy sledovat:

- nakolik je text argumentačně konzistentní, tzn. klást otázku, zda si navzájem neodporují jeho jednotlivé části a argumenty, zda následují v logickém pořadí;
- zda jsou tvrzení podpořena pádnými důkazy a příklady;
- zda je práce odůvodnitelná společenskou potřebou, tedy zda ji mělo význam realizovat (více viz Butler, 2007: 427–428).



Pokud hovoříme o příkladech a důkazech, tak v případě interpretace televize se zpravidla pracuje s různými prameny. Těmi mohou být samotné pořady, jiné mediální produkty spojené s pořadem (fotografie, weby, interview, články v tisku, promo materiály televizní stanice,...), materiály tvořené diváky a fanoušky či s nimi spojené (fanfiction, jejich dopisy, diskuze, interview s fanoušky,...).

V rámci televizních studií se dnes uplatňuje celá řada přístupů. Každý takový zvolený přístup badatelům v samém počátku procesu „vnutí“ sadu určitých zásad a principů spojených s otázkou, co a jak analyzovat. Zvolení si konkrétního analytického přístupu je tak možné vnímat jako prvotní rozhodnutí, které podmíní proces nutné selekce

analyzovaného materiálu, stanovení vstupních tezí a otázek, soubor analytických procedur a samozřejmě i možných zjištění a odpovědí. Volba metody je však nutnou součástí procesu analýzy, která má dospět k nějakým srozumitelným a uceleným závěrům. I vy ve svých vlastních analytických výstupech musíte být vždy schopni zformulovat, jaký analytický přístup jste zvolili.

1.4 Pluralistická povaha televizních studií

Obor televizních studií procházel v posledních zhruba třech dekadách dynamickým vnitřním vývojem, který reflektoval poznatky řady oborů: od kulturních studií, audience studies a etnografického výzkumu přes uměnovědné, ekonomické až po politologické obory. Proto jsou TV studies (tedy soubor kritických přístupů) někdy nazývány „esenciálně pluralistickým oborem“ (Corner, 2004: 7). Přesto lze s mírou zjednodušení popsat jejich základní metodologické kategorie následovně (Creeber, 2010: 6):

*Pluralita oboru
televizní studia*

1. Textuální analýza. Jak ze samotného názvu vyplývá, převládá zájem analyzovat texty (v tomto případě televizní pořady) a jejich obsahové a estetické prvky, způsoby reprezentace (genderu, entik, hendikepovaných,...), konstruování identit (individuální, národní) apod. Ačkoli analýza textu někdy zapojuje i kvantitativní metody výzkumu (např. obsahová analýza), převládá kvalitativní perspektiva. Tu reprezentují následující metody:

*Textuální
analýza*

- sémiotika (zaobírá se problematikou znaků a kódů, pomocí nichž je v textu konstruován význam);
- žánrová analýza (chápe televizní pořad jako realizaci určitých konvencí sdílených jak producenty, tak diváky; estetický přístup k žánru se soustředí na projevy žánru na úrovni textu, všímá si stability a variace žánrových vzorců apod.);
- narativní analýza (zkoumá způsoby vyprávění, například s ohledem na povahu vypravěče, konstrukci postav, časové a prostorové aspekty vyprávění; jinými slovy, jde o analýzu způsobu, jakým jsou divákům distribuovány informace nutné k pochopení a rekonstrukci příběhu);
- ideologická analýza (soustředí se zpravidla na otázku reprezentací určitých sociálních skupin v televizním textu, východiskem je pojetí společnosti jako systému soupeřících diskurzů a televize jako kulturní arény, v níž tyto diskurzy bojují o pozornost a snaží se posilovat svou pozici).

2. Divácké a recepční studie. Tato kategorie navazuje především na sociologickou perspektivu a její důraz nikoli na *text*, ale na *kontext*, tedy mechanismy, které přispívají k produkci významů diváky a nejsou součástí pořadů samotných. Za divácké studie se označují ty, které se soustředí na diváckou responzi na text, recepčními studii se rozumí analytický zájem o to, jak jsou pořady distribuovány, promovány, diskutovány,... Využívají se postupy pozorování rutinního chování, dotazníky a rozhovory, skupinové rozhovory (focus group) a další.

*Divácké
a recepční
studie*

3. Institucionální analýza. V tomto případě se do popředí dostávají politické a socioekonomické aspekty televize, zejména zájem o mechanismy televizního průmyslu, procesy odehrávající se v instituci samotné, stejně jako o otázky legislativy, regulace či cenzury.

*Analýza
institute*

4. Historická analýza. V intencích historického zkoumání vybraného fenoménu se tento přístup zaměřuje na analýzu historické situace, vývoj a proměny vybraného fenoménu. Metodologicky se soustředí na práci s historickými prameny, ať už jimi jsou

*Historická
analýza*

pořady, nebo jiné písemné, zvukové či obrazové materiály shromažďované samotnými televizemi či jinými institucemi. Jednou z možností je také metoda orální historie, tedy rozhovorů s vybranými osobami z okruhu televizního průmyslu (producenti, herci atd.) či politické sféry (tvůrci legislativy, televizních rad apod.), s publicisty či samotnými diváky.



- Při kritické reflexi televize se mnohem častěji uplatňuje žánrový přístup na úkor autorské teorie, která se mnohem více prosazovala a stále prosazuje na poli filmových studií. Proč si myslíte, že tomu tak je? Pokud se v souvislosti s televizí již někdy hovoří o autorské figuře, které pozice ve štábu jsou s touto značkou nejčastěji spojovány? Můžete vyjmenovat pět tvůrců, kteří mají status „televizního autora“?
- V knize *Television Studies: The Key Concepts* (Casey, 2003) si nastudujte hesla: audiences, code, content analysis, cultivation analysis, discourse/discourse analysis, effects, encoding/decoding, political economy, representation, semiology/semiotics, structuralism and post-structuralism, uses and gratifications.



Doporučená literatura:

- Casey, Bernadette, et al. (eds.). 2003. *Television Studies: The Key Concepts*. London and New York: Routledge.
- Butler, Jeremy. 2007. *Television: Critical Methods and Applications*. New Jersey: Lawrence Erlbaum, s. 418–461.
- Creeber, Glen (ed.). 2010. *Tele-visions: An Introduction to Studying Television*. London: BFI.



Studijní cíle:

Po prostudování této kapitoly byste měli být schopni:

- chápat základní rozdíly mezi kritickými a empirickými přístupy k analýze televize;
- rozlišit mezi základními podkategoriemi kritických přístupů (tedy oboru TV studies);
- uvědomit si, že výběr metody/přístupu je klíčovým prvkem v celém analytickém procesu.