

Jihočeská Univerzita
Pedagogická fakulta
Katedra společenských věd

DIPLOMOVÁ PRÁCE

na téma

Reality show

Televizní formát reality show optikou konceptu Viléma Flussera a
sociálně psychologických experimentů

-

Reality Show

Television Format of Reality Show by Optic of Concept of Vilém
Flusser and Social-psychological Experiments

Diplomantka: Nikol Tomsová
Vedoucí diplomové práce: Mgr. Michal Šimůnek
Datum: 27.4. 2007

Anotace

Tato diplomová práce se zabývá problematikou nově vznikajících mediálních formátů. Zejména pak přibližuje formát reality show. Úvodní kapitoly se věnují teoretickému popisu tezí z vybraných filosofických děl Viléma Flussera. Jedná se vesměs o myšlenky obsažené v jeho ztvárnění filosofie technických obrazů. Další kapitoly navazují na toto téma a snaží se ho provázat s formátem reality show. Tento formát je zde definován a doplněn konkrétními příklady. Diplomovou práci pak uzavírají kapitoly, které formát reality show představují ze sociálně psychologického hlediska. Tyto kapitoly jsou vystavěny na příkladu psychologických experimentů, jejichž závěry jsou aplikovatelné na určité situace, které mohou v rámci reality show vzniknout. Závěr práce se skládá z celkového hodnocení formátu reality show v souvislosti s filosofií technických obrazů a výsledky psychologických experimentů.

Annotation

This graduation work is concerned with newly developing media formats, focusing on the reality show format. Introduction chapters theoretically describe theses from selected philosophical works of Vilém Flusser, which are mainly thoughts included in his interpretation of technical pictures philosophy. Further chapters follow this topic and try to link it with the reality show format. This format is defined and supplemented with specific examples. The graduation work is then concluded with chapters that introduce the reality show from a social-psychological point of view. These chapters are based on examples of psychological experiments, the results of which are applicable to certain situations which could occur within a reality show. The conclusion of the graduation work comprises the overall assessment of the reality show format in connection with the philosophy of technical pictures and outcomes of psychological experiments.

Prohlášení

Prohlašuji, že svoji diplomovou práci jsem vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své diplomové práce, a to v nezkrácené podobě fakultou elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách.

27. dubna 2007

Nikol Tomsová

Poděkování

Děkuji panu Mgr. Michalu Šimůnkovi za odborné vedení mé diplomové práce, za jeho připomínky a rady. Dále děkuji za vstřícnost a ochotu, které napomohly vzniku této práce.

Obsah

1. ÚVOD.....	7
2. VILÉM FLUSSER A FILOSOFIE OBRAZU.....	8
2.1. Vilém Flusser.....	8
2.2. Obrazy a obrazy nového druhu.....	9
2.3. Fotokritika, aneb dešifrování technoobrazů.....	11
2.3.1. Nová fotokritika.....	12
2.3.2. Kritické myšlení v krizi.....	13
2.4. Fotokamera.....	14
2.5. Alternativní „realita“.....	15
2.6. Universum obrazů.....	18
2.6.1. Universum tradičních obrazů.....	19
2.6.2. Universum technických obrazů.....	20
2.7. Aparátový totalitarismus.....	23
2.8. Obrácení významu skutečnosti.....	25
3. NOVÉ FORMÁTY TELEVIZNÍCH POŘADŮ.....	27
3.1. Mediální žánr a formát.....	27
3.2. Nové mediální formáty.....	28
3.3. Reality formát.....	29
3.3.1. Typy reality formátů.....	32
3.3.1.1. Běžné formáty reality show.....	32
3.3.1.2. Extrémní formáty reality show.....	36
4. REALITY SHOW V REAKCI MÉDIÍ.....	38
4.1. Televizní stanice.....	38
4.2. Tisk.....	39
4.3. Rozhlas.....	40
4.4. Reality show a internet.....	41
5. PUBLIKUM.....	42
6. MÉDIA A ETIKA.....	43
6.1. Kontroverznost reality show.....	44

7. SOCIÁLNĚ PSYCHOLOGICKÝ POHLED NA REALITY	
SHOW	46
7.1. Poslušnost k autoritě.....	47
7.1.1. Stanley Milgram.....	48
7.1.2. Milgramovy experimenty.....	49
7.2. Extrémní chování jedinců za specifických okolností.....	51
7.2.1. Philip G. Zimbardo.....	52
7.2.2. Stanfordský vězeňský experiment.....	52
7.2.2.1. Průběh experimentu.....	53
7.2.2.2. Změny v chování vězňů a dozorců během experimentu.....	54
7.2.2.3. Výsledky experimentu a následná kritika.....	56
7.3. Počinání soutěžících v reality show typu „vila“.....	57
7.4. Důsledky mediální popularity, aneb syndrom mediální oběti.....	60
8. ZÁVĚR	63
Shrnutí.....	65
Summary.....	66
POUŽITÉ ZDROJE	67
PŘÍLOHY	69

1. Úvod

Televizní formát reality show se během několika málo let stal jednou z nejoblíbenějších forem televizní zábavy. Také v České republice se dá od konce roku 2005 hovořit o jakémisi reality-boomu, který na krátkou dobu doslova pohltil české publikum a česká média. Tato teoretická studie se pokusí fenomén reality show blíže definovat, a prostřednictvím aplikace vybraných filosofických tezí Viléma Flussera a výsledků psychologických experimentů Stanleyho Milgrama a Philipa G. Zimbarda, objasnit povahu a některé klíčové rysy tohoto formátu.

Úvodní kapitoly se věnují obecné problematice technických obrazů z pohledu českého filosofa Viléma Flussera. Představují jeho základní filosofické myšlenky a teze a postoj vůči světu aparátů. Filosofie Viléma Flussera je v mnohém velice komplikovaná a díky tomu také často poněkud „těžkopádná“. Tato „těžkopádnost“ je značná i v terminologii jeho prací. Flusser zavádí nové termíny a zároveň používá obecně známé pojmy, kterým dává nový význam. I přes tento fakt, lze jeho filosofii technických obrazů aplikovat na televizní formát reality show.

V této práci zároveň vycházím z výsledků dvou psychologických experimentů. Jedná se o experimenty, které proběhly v šedesátých a sedmdesátých letech v USA. Jejich výsledky dodnes slouží mnohým psychologům na poli sociální psychologie k analýze sociálního chování jedinců a skupin. V této práci přispívají především k objasnění často až extrémního chování účastníků reality show a k popsání důsledků jejich návratu do běžného života.

Domnívám se, že formát reality show nebyl v České republice dosud dostatečně analyzován a definován. Jedná se však o fenomén, který je velice výrazný a efektní. Může mít proto značný vliv na publikum i na samotné účinkující. Tento fakt je dle mého názoru dostačující pro hlubší analýzu tohoto formátu.

2. Vilém Flusser a filosofie obrazu

2. 1. Vilém Flusser¹

Vilém Flusser, narozen v Praze, patří mezi světově uznávané filosofy. Vyrůstal v prostředí židovské, české a německé komunity a často je považován za Němce. Důvodem toho je především množství knih a spisů sepsaných v němčině. V. Flusser ovládal češtinu, angličtinu, portugalštinu, němčinu a hebrejštinu.

V roce 1939 utekl se svou pozdější ženou Edith Barthovou před nacisty přes Londýn do Sao Paula v Brazílii. V Sao Paulu žili až do roku 1972, kdy se z důvodu konfliktu s vojenskou vládou v Brazílii přestěhovali zpět do Evropy, do provensálského Robionu. Od roku 1985 měl četná přednášková turné po celém světě. V. Flusser byl ovlivněn především filosofií Ludwiga Wittgenstena a Friedricha Nietzscheho. Hlavními tématy jeho filosofie jsou jazyk, komunikace, vztah budoucnosti, minulosti a přítomnosti a analýza obrazu (technoobrazu). Ve své filosofii zavádí vlastní terminologii. Jedná se vesměs o obecně známé pojmy, kterým dává V. Flusser nový význam. Proto je řada jeho výroků a tezí často nejasná a komplikovaná. Mezi jeho nejznámější publikace patří *Língua e Realidade* (Jazyk a skutečnost), *Für eine Philosophie der Photographie* (Za filosofii fotografie), *Bodenlos* (Bezedno), *Ins Universum der technischen Bilder* (Do univerza technických obrazů), *Kommunikologie* či *Die Macht des Bildes* (Moc obrazu).

V roce 1991 přednášel Vilém Flusser i v pražském Goethe – Institutu. Den po této přednášce umírá na následky autonehody poblíž Prahy.

¹ Zdroj: <<http://www.phil.muni.cz/fil/scf/komplet/fluser.html>>, <http://www.equivalence.com/labor/lab_vf.shtml>

2. 2. Obrazy a obrazy nového druhu

Již od pradávna se lidé snaží o věrné zobrazení skutečnosti, o zachycení svého okolí. Způsob zobrazování se však postupem času vyvíjel a je tedy patrný rozdíl mezi tzv. obrazy předtechnickými a technickými. Jak obrazy předtechnické, tak technické jsou tzv. znaky² scén. Scéna zde představuje jakýsi otisk „skutečného“. Pojem scéna není jako termín V. Flusserem zcela definován. Domnívám se však, že tento pojem představuje jakýsi článek mezi znakem a realitou. Je to otisk skutečnosti skládající se ze znaků a tvořící tak jednotný celek – obraz.

Mezi předtechnické obrazy patří například jeskynní malby, fresky, mozaiky, chrámová okna, malby atd. Jedná se tedy o klasická díla, vytvářená v průběhu dějin. Takovéto obrazy představují symboly ve smyslu znaků, jež se mají dešifrovat. Například má-li se příjemce malby dobrat jejího poselství, musí usilovat o to, aby „zjistil“ záměr malíře. To znamená, že *musí dekodovat malířův „kód“*. *Malířem míněná scéna se v obraze objevuje kodifikovaná, tedy ve formě vědomě nebo nevědomě dohodnutých znaků.*³ Po dekodování těchto znaků, dojde k pochopení významu scény. To je účel procesu dešifrování obrazů. V. Flusser tuto schopnost dešifrovat obrazy nazývá tzv. imaginací (představivostí). Obrazy jsou tedy dešifrovány pomocí představivosti jejich příjemců (publika). Výsledkem dekodování znaků na obraze však nevzniká jednotný názor. Příjemce obraz chápe například jako subjektivně nahlížený stav věci či jako abstraktní ztvárnění snů.

Jinak je tomu u technických obrazů. Pokud hovoříme o pojmu technický obraz, máme na mysli fotografie, filmy, televizní pořady atd. Jedná se o obrazy vytvořené pomocí aparátů⁴. Tyto „technoobrazy“ předstírají, že jsou

² Znak – fenomén, který znamená jiný fenomén (zdroj: Flusser, Vilém: Za filosofii fotografie, Praha 1994 (Hynek), 1. vydání, s. 73)

³ Flusser, Vilém: Moc obrazu: výběr filosofických textů z 80. a 90. let, Praha 1996 (Občanské sdružení pro podporu výtvarného umění), s. 16-17

⁴ Aparát (přístroj) – hračka simulující myšlení (zdroj: Flusser, Vilém: Za filosofii fotografie, Praha 1994 (Hynek), 1. vydání, s. 71)

symptomů⁵. Také termín symptom není V. Flusserem zcela definován. Flusser tak mnohé citace činí nejasnými.

Fotografie je výsledkem komplexních optických, chemických, mechanických a dalších procesů. *Výjev odráží sluneční paprsky, ty se koncentrují v čočce, začnou působit chemické reakce atd. Znaky ve fotografii jsou spjatý s jimi míněnou scénou uzavřeným, i když komplexním, kauzálním řetězcem. Řetězcem, který je spojuje. Jedná se o symptomy.*⁶ Rozdíl v dešifrování je však výrazný. Narozdíl od obrazů předtechnických se zde neobjevuje tendence či potřeba tyto obrazy dešifrovat. Na první pohled se totiž jeví jako dokonalé zobrazení reality, která nepotřebuje další analýzu. Není v nich skryt žádný záměr a představují tak věrné reprodukce toho, co je jimi míněno. Představují tedy objektivní zobrazení scén. Jejich „pravdivost“ lze zpochybnit pouze výrokem, že „nevěříme vlastním očím“. Ve skutečnosti nás však technické obrazy klamou. Toto téma bude později ještě podrobněji rozvedeno. Tento klam je stále silnější a stále více příjemců mu podléhá. Nekriticky přijímáme „poselství“⁷, která nás doslova obklopují v podobě obsahů ilustrovaných časopisů, televizních zpráv, dokumentárních filmů atd. *Navzdory lepšímu věděni stále věříme, že máme nepřimo před očima přesně to, co je technickým obrazem míněno. A to je vlastně záměrem většiny technických obrazů, které nás všude a neustále zaplavují: přimět nás uvěřit v jejich symptomatickou povahu.*⁸ Chtějí nás přimět zapomenout na jejich skutečnou, symbolickou avšak skrytou povahu. Zdálo by se tedy, že technické obrazy nelze dekodovat. Opak je však pravdou. V. Flusser tuto schopnost dešifrování technoobrazů nazývá „technoimaginací“. Díky této schopnosti je tedy možné skrytý význam technoobrazů, který je zahalen klamem, dešifrovat. Pokud chceme dešifrovat fotografie či jiné technické obrazy, musíme znát fotografické kategorie a

⁵ Symptom – znak vyvolaný svým vlastním významem (zdroj: Flusser, Vilém: Za filosofii fotografie, Praha 1994 (Hynek), 1. vydání, s. 72)

⁶ Flusser, Vilém: Moc obrazu: výběr filosofických textů z 80. a 90. let, Praha 1996 (Občanské sdružení pro podporu výtvarného umění), s. 17

⁷ Zde pravděpodobně ve smyslu zpráv (informací) s programujícím záměrem.

⁸ Flusser, Vilém: Moc obrazu: výběr filosofických textů z 80. a 90. let, Praha 1996 (Občanské sdružení pro podporu výtvarného umění), s. 17

abychom je poznali, musíme znát i odpovídající vědecké teorie. Klam, který technoobrazy vyvolávají lze překonat právě jen znalostí teorií, od nichž se odvíjejí fotoaparáty.

2. 3. Fotokritika, aneb dešifrování technoobrazů

Úkolem kritiky obvykle bývá srovnávat určitý jev s jeho skrytým záměrem. Zároveň však tento jev porovnává s jevy jinými, aby tak objasnila dějinné, zeměpisné, sociální a kulturní pozadí záměru. *Má ukázat, nakolik se kritizovaný jev začleňuje či nezačleňuje do svého kontextu.*⁹ Stručně řečeno, chce ukázat, nakolik bylo možné skrytý záměr v jevu očekávat. Vyplývá však otázka, zda je ona kritika natolik objektivní a nezaujatá, aby odhalila klamné iluze technických obrazů. Budeme-li se zabývat konkrétně kritikou fotografií, měli bychom používat termínu „fotokritika“. Většina fotokritiků nás ponechává ve víře, že se v technoobrazech neskryvá žádný skrytý záměr, a tudíž že nepotřebují dešifrovat. Vytvářejí tak iluzi, že tyto obrazy jsou předtechnickými obrazy a že k jejich interpretaci stačí pouhá imaginace. Tento falešný kritický postoj však vyhovuje nejen samotné fotokritice, ale také publiku, které jej směle přijímá. Díky tomuto postoji totiž publikum může žít ve víře, že dešifrování fotografií je banální záležitost, které je schopen každý bez schopnosti technoimaginace. V očích publika je pak fotografie objektivním obrazem, věrnou reprodukcí nějakého stavu věcí. Zároveň fotokritika *zamlčuje kodifikující záměry kamery a distribuujících médií.*¹⁰ Tím fakticky opovrhne kritickou inteligencí publika. Opomíjí se tak nebezpečí číhající ve fotografii a jiných technických obrazech. Toto nebezpečí je zobrazeno v podobě záměru automaticky programovat chování společnosti.

⁹ Flusser, Vilém: *Moc obrazu: výběr filosofických textů z 80. a 90. let*, Praha 1996 (Občanské sdružení pro podporu výtvarného umění), s. 93

¹⁰ Flusser, Vilém: *Moc obrazu: výběr filosofických textů z 80. a 90. let*, Praha 1996 (Občanské sdružení pro podporu výtvarného umění), s. 94

2. 3. 1. Nová fotokritika

Jak již bylo řečeno, běžný „kritický“ postoj fotokritiků je publikem přijímán ve většině případů kladně. Tudiž se dá usuzovat, že by „správný“ kritický přístup byl pravděpodobně přijímán se zápořem. Byl by publiku nepříjemný. Odhaloval by totiž pravý záměr technických obrazů. Odhalil by fotografy jako funkcionáře aparátů. Ukázal by, jak se společnost chová stále nekritičtěji ve funkci fotografií, jež nás začínají zahlcovat a stávají se všudypřítomnými. Takovýto kritický postoj by ukázal, že *technické obrazy fungují jako modely, a že aparáty kamer a médií jsou pouhými špičkami ledovce obrovských programujících aparátů, jež jsou tady k tomu, aby nastolily automatickou totalitu.*¹¹

V. Flusser se domnívá, že právě obvyklá fotokritika přispívá k nastolení takovéto automatické totality, a že tento fakt nelze podceňovat. Tzv. správnou fotokritiku nazývá „novou fotokritikou“. Nová fotokritika by zpřísnila hodnoty všeho, co je na fotografii tak „originální“. Její úlohou by zároveň bylo osvětlovat ve fotografii skryté a křížící se záměry fotografa a aparátu (člověka a přístroje).

V. Flusser kritiku rozděluje na vnitřní a vnější. Obě by se však měly doplňovat. Zároveň zavádí kritérium „dokonalosti“ a „informace“. Kritérium „dokonalosti“ podává vnitřní kritiku, druhé kritérium kritiku vnější. Tato kritéria používá kritik k hodnocení fotografie. Nejprve přistoupí k použití kritéria „dokonalosti“. *Fotografie je tím „dokonalejší“ a „lepší“, čím více v ní převládá záměr fotografa nad různými programovanými záměry.*¹² Tedy čím více v ní převládá záměr člověka (fotografa) nad automatizací. Dále používá kritik kritéria „informace“. Fotografie je tím informativnější, překvapivější a „originálnější“, čím více ukazuje něco, co se od kamery a média neočekává.

Kritika se na jedné straně obrací na tvůrce kritizovaných jevů, tedy vysílatele, aby jim vysvětlila, co zhotovili. Na straně druhé se obrací i na

¹¹ Flusser, Vilém: Moc obrazu: výbor filosofických textů z 80. a 90. let, Praha 1996 (Občanské sdružení pro podporu výtvarného umění), s. 95

¹² Flusser, Vilém: Moc obrazu: výbor filosofických textů z 80. a 90. let, Praha 1996 (Občanské sdružení pro podporu výtvarného umění), s. 96

příjemce těchto jevů, tedy publikum, aby mu vysvětlila, co přijímá. Nová fotokritika by se podle V. Flussera měla zabývat navíc i kritérii „automatizace“ a „manipulace s kamerou“. Zároveň by fotografovi měla vysvětlit, čím se angažuje. To znamená, připomenout mu, že se snaží ovládnout aparáty, které ho chtějí programovat, a že chce vyhlášovat svou svobodu. Úlohou této fotokritiky je také poučit publikum o nebezpečí číhajícím ve fotografii a vysvětlit mu, že se jedná především o nebezpečné jevy, jejichž účelem je manipulovat publikem. Proto se V. Flusser domnívá, že nová fotokritika je jakousi nadějí v boji proti aparátovému totalitarismu.

2. 3. 2. Kritické myšlení v krizi

Prvními kritiky byli kritici předtechnických obrazů. Samotné kritické myšlení je namířené proti obrazu, čili proti představě (viz. imaginace). Podle V. Flussera je toto myšlení ikonoklastické¹³. V přeneseném slova smyslu je ikonoklasmus *odmítavou reakcí na hektickou produkci mediálních obrazů. Je to technopesimistický postoj zavrhuje mediální obrazy či mediální reprezentace reality.*¹⁴ Obrazy předtechnického typu jsou spjaty s mýtem¹⁵ a magií¹⁶. Záměrem kritického myšlení je *osvobodit člověka od mýtické moci, a tím nahradit magickou praxi, vycházející z obrazového mýtu, praxí jinou, „racionální“.* *Kritické myšlení je myšlení zbavené mýtů a magie.*¹⁷ Kritické myšlení tedy zpochybňuje mýtus a magii.

Toto myšlení však není použitelné na kritiku fotografií (a jiných technických obrazů). Tyto obrazy totiž vycházejí z vědy a techniky. Jsou

¹³ Ikonoklasmus – (lat.) hist. násilné odstraňování obrazů svatých z odporu k jejich uctívání, obrazoborectví. (zdroj: Rejman, L.: Slovník cizích slov, Praha 1971 (Státní pedagogické nakladatelství), s. 143)

¹⁴ Reifová, Irena a kol.: Slovník mediální komunikace, Praha 2004 (Portál), s. 84

¹⁵ Mýtus - modely, které jsou předávány ústně a jejichž autor - „bůžek“ či „Bůh“ - stojí mimo komunikační proces (zdroj: Flusser, Vilém: Za filosofii fotografie, Praha 1994 (Hynek), 1. vydání, s. 12-13)

¹⁶ Magie – forma existence, již odpovídá věčný návrat téhož (F. Nietzsche – „věčný návrat téhož“ – žijeme tvořivě tak, abychom si tento existenční stav, vždy znovu chtěli zvolit) (zdroj: Flusser, Vilém: Za filosofii fotografie, Praha 1994 (Hynek), 1. vydání, s. 72)

¹⁷ Flusser, Vilém: Moc obrazu: výbor filosofických textů z 80. a 90. let, Praha 1996 (Občanské sdružení pro podporu výtvarného umění), s. 110

zhotovovány přístroji a vycházejí z kritického myšlení. *Technické obrazy nutí kritické myšlení k tomu, aby se obrátilo samo proti sobě.*¹⁸

Jak již bylo výše zmíněno, každá kritika potřebuje k náležité analýze jistá kritéria. V. Flusser hovoří především o kritériu „dokonalosti“ a „informace“. Zároveň však zdůrazňuje fakt, že současné kritické myšlení postrádá přiměřená kritéria, a tudíž se ocitá v jakési krizi. Není totiž schopno kritizovat své vlastní produkty. Musí být tedy rozvinuta nová kritéria. Co ale vlastně představují tato kritéria? Kritéria jsou jakési měrné jednotky či pravidla. Jsou to měřítká aplikovaná na to, co se má kritizovat, aby se o tom dalo soudit, rozhodovat. Tradiční pojetí typů měřítek (kritérií) je následující:

1. měřítko epistemologická - pravdivé/nepravdivé
2. měřítko etická - dobré/špatné
3. měřítko estetická - krásné/ošklivé

V. Flusser se však domnívá, že právě tato typologie kritérií je špatná. Říká, že pokud někdo fotografii soudí podle těchto kritérií a rozhoduje tak, jestli je fotografie pravdivá, dobrá nebo krásná, tak se chová nesmyslně. Právě toto však dělají média, která fotografie rozšiřují. Úkolem příjemců fotografií (a ostatních technických obrazů) je kritizovat tato kritéria.

2. 4. Fotokamera

Pro správné dešifrování fotografií je důležité seznámit se s aparátem, který ji vytvořil. Fotografie jsou nositeli nejrůznějších poselství o světě, který nás obklopuje. Pokud ale zůstávají nedešifrovány, nebo je jejich dešifrování nedokonalé, nesplňují svůj účel. Dochází pak k podmaňování publika, místo aby sloužily jako nástroje k orientaci ve světě.

Na fotografii se lze zaměřit ze tří základních hledisek (těchto hledisek samozřejmě existuje více):

¹⁸ Flusser, Vilém: *Moc obrazu: výbor filosofických textů z 80. a 90. let*, Praha 1996 (Občanské sdružení pro podporu výtvarného umění), s. 110

1. hledisko genetické - jak, proč, k čemu a kým byla fotografie zhotovena
2. hledisko ontologické - na jaké rovině skutečnosti se nachází fotografie vzhledem k rovině skutečnosti jí zobrazovaných stavů věcí a vzhledem k té rovině, v níž žijí příjemci fotografií
3. hledisko funkční – jaký je záměr zhotovení fotografie, jaká je její funkce

Na tomto místě bych se ráda pozastavila nad hlediskem funkčním. Záměrem výroby nástrojů a aparátů je zjednodušit práci člověka. Proto zde mluvíme o tzv. simulaci. Veškeré nástroje jsou jakousi simulací tělesných orgánů. Taktéž i fotoaparát. *Simulace jsou kopie, u nichž je jeden aspekt kopírování přehrán, aby byl zdůrazněn.*¹⁹ Konkrétně fotokamery jsou simulací lidského oka, přehánějí jeho schopnost zachytit určitá elektromagnetická záření. Simulace jsou však zjednodušením svých originálů. A to je důvod, proč fotokamera „vidí“ jinak. Je mnohem jednodušší než lidské oko. To, co jí především chybí, jsou pochody probíhající v levé polovině neokortexu²⁰. Díky těmto pochodům vnímáme přijímané podněty nejen jako obrazy scén, ale i jako pochody. Pokusem o překonání tohoto nedostatku byl vynález filmové kamery.

Tím, že aparát simuluje části našich těl, je zároveň zodpovědný za nové způsoby vnímání, poznávání, hodnocení, jednání. Je zodpovědný za novou formu existence. A fotografie, jako produkt aparátu má na této změně formy existence značný podíl.

2. 5. Alternativní „realita“

Pojem „skutečnost“ či „realita“ je ve společnosti běžně používán. Zamýšlíme se však nad jeho významem?

Vilém Flusser se domnívá, že z rozhovorů mezi vzdělanými lidmi se pojem „skutečnost“ již vytratil. Tito lidé postupně ztrácí důvěru ve skutečnost.

¹⁹ Flusser, Vilém: *Moc obrazu: výbor filosofických textů z 80. a 90. let*, Praha 1996 (Občanské sdružení pro podporu výtvarného umění), s. 105

²⁰ Neokortex – vývojově nejmladší část kůry velkého mozku (nová mozková kůra). (zdroj: *Universum: Všeobecná encyklopedie* (6.díl / Mb – Op), Praha 2001 (Odeon), s. 352)

V běžném životě je ale poměrně obtížné se takovému pojmu vyhnout. Skepse vůči pojmu „realita“ je patrná především v oblasti zprostředkování informací. Podle V. Flussera *není možné položit si v souvislosti s informacemi ze sdělovacích prostředků (například z televize) otázku, zda je to, o čem informují, skutečné.*²¹ Vzhledem ke stále dokonalejší simulaci, je však pro nás otázka po skutečnosti stále aktuálnější a naléhavější.

Pochybnosti o tom, co je skutečné (reálné), vznikají v běžném životě. Tyto pochybnosti pocházejí především z oblasti fyziky. Věříme ve skutečnost pevných materiálů, které nás obklopují. Důvěřujeme tedy našim smyslům (zde především hmatu), které nám dokazují, že něco skutečně existuje. Dotkneme se například desky stolu a víme, že stůl není pouhá iluze. Co se však stane, když se do opozice vůči našim smyslům postaví obor zvaný fyzika? Tento obor totiž praví, že *zdánlivě pevná tělesa jsou ve skutečnosti roje částic v prázdnu.*²² Podle přírodních věd by tedy deskou stolu mohl jakýkoliv jiný předmět propadnout. Je to však příliš nepravděpodobné.

Na jedné straně tedy stojí důvěra v naše smyslové vnímání a na straně druhé stojí vědecké výpovědi. Důvěřujeme-li vlastním smyslům, zpochybňujeme skutečnost, o které hovoří věda. A naopak, důvěřujeme-li ve skutečnost vědeckých výpovědí, zpochybňujeme skutečnost jako takovou. Tento rozpor lze najít již na přelomu 17. a 18. století, kdy se touto problematikou zabývaly především filosofické směry racionalismus a empirismus.

Aby tento rozpor alespoň částečně osvětlil, klade si V. Flusser následující otázku: *Jak vlastně vysvětlit to, že vzdor naší důvěře ve stůl tyto pochybnosti nemizí?*²³ Odpovídá na ni pomocí teorie stimulu²⁴, která je součástí oboru neuropsychologie. Základem této teorie je fakt, že konečky nervů přijímají

²¹ Flusser, Vilém: *Moc obrazu: výbor filosofických textů z 80. a 90. let*, Praha 1996 (Občanské sdružení pro podporu výtvarného umění), s. 35

²² Flusser, Vilém: *Moc obrazu: výbor filosofických textů z 80. a 90. let*, Praha 1996 (Občanské sdružení pro podporu výtvarného umění), s. 36

²³ Flusser, Vilém: *Moc obrazu: výbor filosofických textů z 80. a 90. let*, Praha 1996 (Občanské sdružení pro podporu výtvarného umění), s. 36

²⁴ Stimul – (lat.) pobídka, podnět k zvýšené činnosti

(zdroj: Rejman, L.: *Slovník cizích slov*, Praha 1971 (Státní pedagogické nakladatelství), s. 360)

bodové stimuly. Stimul může být přijat, ale také nemusí. Je to princip tzv. „digitálního kódování“. Z přijatých stimulů si centrální nervový systém sestavuje např. vjem stolu. Je to díky elektromagnetickým a chemickým procesům, ale i díky lidskému poznávání, paměti a schopnosti učit se. Stůl se tak pro nás stává skutečným prostřednictvím schopnosti „sestavit“ ho ze specifických bodových stimulů.

Pokud se opět vrátíme k otázce simulace částí lidského těla, dalo by se říci, že pokusem o simulaci centrálního nervového systému člověka je počítač. Je jakýmsi modelem centrálního nervového systému. V. Flusser na tomto místě mluví o tzv. „*zpětné vazbě mezi člověkem a nástrojem*“.²⁵ Počítač totiž nefunguje pouze jako simulace, jako model. Skrze počítač je simulován centrální nervový systém a díky počítači tedy můžeme vidět, že *nervový systém sestavuje z bodových stimulů vjemy, jimž důvěřujeme jakožto konkrétním skutečností*.²⁶ Je tu však další možnost simulace. Počítače mohou simulovat samotné vjemy. Mohou sestavovat z bodových prvků výsledky („vjemy“) tak, že se nám jeví jako konkrétní, skutečné. Mají tedy schopnost vytvářet tzv. alternativní skutečnosti. Díky dnešní vyspělé technologii je proto často poměrně obtížné odlišit smyslovou realitu od reality alternativní. V. Flusser se zde však domnívá, že skeptický pohled na smyslovou realitu byl zároveň příčinou skeptického nazírání na realitu alternativní. Říká: „*My jsme však ztratili důvěru k naší smyslové skutečnosti: doslova už svým smyslům nedůvěřujeme, takže jsme do stejné míry nedůvěřiví i alternativním skutečností*“.²⁷

S termínem alternativní realita je úzce spjat pojem fikce. Tento pojem je obecně vysvětlován jako představa, zdání či *myšlenková konstrukce děje nějakého stavu*.²⁸ Jak ale vypadá „fikce“ z pohledu Viléma Flussera? Flusser se

²⁵ Flusser, Vilém: *Moc obrazu: výbor filosofických textů z 80. a 90. let*, Praha 1996 (Občanské sdružení pro podporu výtvarného umění), s. 36

²⁶ Flusser, Vilém: *Moc obrazu: výbor filosofických textů z 80. a 90. let*, Praha 1996 (Občanské sdružení pro podporu výtvarného umění), s. 37

²⁷ Flusser, Vilém: *Moc obrazu: výbor filosofických textů z 80. a 90. let*, Praha 1996 (Občanské sdružení pro podporu výtvarného umění), s. 41

²⁸ Rejman, L.: *Slovník cizích slov*, Praha 1971 (Státní pedagogické nakladatelství), s. 103

domnívá, že se jedná o matematická tvrzení (data), která jsou neměnná. Tato data jsou vložena do počítače a následně jsou převáděna do forem fiktivní reality. Je to vlastně přetváření něčeho do něčeho (z něčeho potenciálního do něčeho „reálného“). Tento proces je spjat s tradičním řeckým pojmem *poiesis*²⁹. Na základě tohoto tvrzení zde V. Flusser zavádí spojení „vizuální poezie“. Vizuální poezií nazývá to, co se děje na obrazovce. Zároveň se domnívá, že od chvíle, kdy bylo možné díky nástrojům vytvářet alternativní realitu, začali lidé ztrácet potřebu filosofovat, dělat vědu a dokonce i pracovat. Odůvodňuje to konceptem „vizuální poezie“, která *činí filosofii nepotřebnou, protože vznikají automatické ideje; činí vědu zbytečnou, protože my sami navrhujeme zákony, jimiž se řídí jevy; činí změny světa zbytečnými, protože si můžeme vyrobit četné (možná neschetné) světy jiné.*³⁰ Jedná se však o velký klam. Musíme si neustále připomínat, že je rozdíl mezi „skutečnou (smyslovou) realitou“ a realitou alternativní (fiktivní). Fiktivní reality nejsou zcela konkrétní jako opravdový svět. Můžeme je totiž vnímat jen několika smysly, a to především zrakem a sluchem. Společnost by se však měla mít před fikcí a „vizuální poezií“ na pozoru, neboť jsou to dosud zcela nezralé (počáteční) způsoby myšlení a techniky. Proto je důležité i nadále pokračovat ve filosofování, praktikování vědy a ve vykonávání pracovní činnosti.

2. 6. Universum obrazů³¹

To, co patrně spojuje všechny obrazy, je jejich základní funkce, totiž funkce přenášet informace důležité pro společnost i pro jedince. Liší se však od sebe různou strukturou nosiče informací. Tato struktura má rozhodující vliv na naši formu života. V. Flusser vytvořil jakousi stupnici vývoje struktur, kterou

²⁹ Poiesis – (řec.) vyrábění, vytváření (zdroj: Flusser, Vilém: Moc obrazu: výbor filosofických textů z 80. a 90. let, Praha 1996 (Občanské sdružení pro podporu výtvarného umění), s. 119

³⁰ Flusser, Vilém: Moc obrazu: výbor filosofických textů z 80. a 90. let, Praha 1996 (Občanské sdružení pro podporu výtvarného umění), s. 120

³¹ Universum – 1. celek kombinací nějakého kódu, 2. celek významů nějakého kódu (zdroj: Flusser, Vilém: Za filosofii fotografie, Praha 1994 (Hynek), 1. vydání, s. 73)

nazval *modelem kulturních dějin a odcizování člověka od konkrétního*.³² Tento model má pět vývojových stupňů:

1. Stupeň konkrétního prožívání – na tomto stupni žil tzv. přírodní člověk spolu se zvířetem na úrovni stejného životního prostředí, tzn. ve čtyřrozměrném časoprostoru.
2. Stupeň uchopování a manipulování – tento stupeň je charakteristický pro předchůdce člověka (*Homo sapiens sapiens*), tzn. pro *Australopithecus*, *Homo habilis*, *Homo ergaster*, *Homo erectus*, *Homo heidelbergensis*, *Homo neanderthalensis* a *Homo floresiensis*.³³ Tito naši předchůdci vzdorovali trojrozměrnému okolí, které bylo úzce spojeno s manipulovatelnými objekty. Tento stupeň je tudíž spjat s předměty.
3. Stupeň názorů a imaginací – na tomto stupni vznikají tradiční obrazy. Jedná se zde již o *Homo sapiens sapiens* a jeho schopnost vytvořit dvourozměrný imaginární počin.
4. Stupeň chápání, vypravování (stupeň historický) – po vzniku tradičního obrazu přichází další forma nosiče informací. Jsou to lineární texty. Právě jim člověk vděčí za většinu svých názorů.
5. Stupeň kalkulování a komputování – na tomto stupni se nacházejí technické obrazy. Lineární texty se postupem času staly nenázornými a lidé se vrátili „zpět“ k názornosti obrazu. Z textů se tak staly jakési *bodové prvky, které bylo potřeba složit*.³⁴

2. 6. 1. Universum tradičních obrazů

Toto universum bývá také označováno jako universum prehistorické. Pobídkou k jeho vzniku byla změna okolí člověka. Dosud bylo toto okolí objektivní a manifestní. Změnilo se však ve zdánlivé, „fenomenální“, a tím i

³² Flusser, Vilém: *Do universa technických obrazů*, Praha 2001 (Nakladatelství a vydavatelství OSVU), 1. vydání, s. 12

³³ Zdroj:

<http://cs.wikipedia.org/wiki/V%C3%BDvoj_%C4%8Dlov%C4%9Bka#Homo_habilis>

³⁴ Flusser, Vilém: *Do universa technických obrazů*, Praha 2001 (Nakladatelství a vydavatelství OSVU), 1. vydání, s. 13

klamně. Člověk tedy začal pochybovat o objektivitě svého okolí a na základě této pochybnosti si vytvořil názory a postupem času i obrazy. Tyto obrazy měly sloužit především jako vzory jednání. Aby obrazy mohly sloužit společnosti jako vzory, musely být *intersubjektivní*.³⁵ To znamená, že bylo nutné učinit je dostupné i jiným členům společnosti. To bylo možné prostřednictvím kódů, které sloužily jako symboly stavů věcí. Obrazy totiž neukazují věci jako takové, ukazují stavy věcí. *K tomu, aby obrazy mohly být intersubjektivní, musí každý obraz spočívat na nějakém kódu, který je uznán společností.*³⁶ Takové obrazy pak lze dekodovat. V. Flusser dále říká, že je důležité obrazy uchovávat a především je „publikovat“. Publikovat je zde ve smyslu zachytit subjektivní názor. Tento subjektivní názor se nachází právě v již zmiňovaných symbolech společenských kódů. Společenský kód se však mění, a proto je často velmi obtížné subjektivní názor zachytit. Každým novým obrazem je kódu přiřazen nějaký nový symbol. To znamená, že nový obraz se bude do jisté míry lišit od obrazu předchozího. To obrazům zaručuje jejich „originalitu“. Je ale otázkou, jestli tradičním obrazům „originalita“ přísluší. V. Flusser se domnívá, že např. africké masky či indiánské tkaniny přenášejí neměnný, „věčný“ kód, tj. mýtický kód. A pokud by byly tyto masky či tkaniny „originální“, pak by byly nevydařené. Tradiční obrazy by měly být spjaty s mýty, magií a imaginací.

2. 6. 2. Universum technických obrazů

V porovnání s tradičními obrazy jsou obrazy technické zcela nová média. Tradiční obrazy jsou charakterizovány svou dvojrozměrností, kdežto pro technické obrazy je klíčová tzv. „nulrozměrnost“. Tato nulrozměrnost či bezrozměrnost bývá často nahrazována pojmem posthistorie (ve smyslu stupně vývoje). V mnoha ohledech technické obrazy připomínají obrazy tradiční. Zásadní rozdíl je ve způsobu vytváření a v jejich významu. *Tradiční obrazy*

³⁵ Flusser, Vilém: Do universa technických obrazů, Praha 2001 (Nakladatelství a vydavatelství OSVU), 1. vydání, s. 18

³⁶ Flusser, Vilém: Do universa technických obrazů, Praha 2001 (Nakladatelství a vydavatelství OSVU), 1. vydání, s. 18

*jsou názory předmětů, technické obrazy jsou komputacemi pojmů. Tradiční obrazy vznikají obrazivostí, technické obrazy zvláštní fantazií, následující po ztrátě důvěry v pravidla.*³⁷

Tradiční obraz je plocha. Na první pohled se zdá být i fotografie či televizní obraz plochou. Při bližším zkoumání však zjistíme, že je to spíše jakási mozaika složená z jednotlivých bodových prvků. Z fyzikálního hlediska se jedná o skládání fotonů či elektronů a informačních bitů do obrazů. Něco takového ale nedokáže člověk pouze pomocí rukou či očí, k tomu je zapotřebí speciálních aparátů. Tyto prvky nejsou totiž nijak uchopitelné ani pouhým okem viditelné. Aparáty jsou předpokladem vytváření technických obrazů. Poznat, že je např. fotografie fiktivní plocha, lze ale i pouhým okem. Pokud použijeme lupu, můžeme vidět jednotlivá zrna, z kterých se skládá celý obraz. Taktéž u starších modelů televizí lze při bližším zkoumání spatřit body. Záleží na velikosti rozlišení daného média. U nejnovějších modelů televizních či počítačových obrazovek (monitorů) je toto rozlišení samozřejmě vyšší, a proto se nám obraz jeví jako ostrý, a tudíž „reálný“. I zde se ale jedná o obraz složený z tzv. pixelů, tzn. bodů. A právě tento fakt dokazuje, že všechny technické obrazy jsou pouhými fikcemi. V. Flusser zdůrazňuje, že je však zásadní rozdíl mezi pouhým pohlížením na obraz a prohlížením obrazu. Při pohlížení se totiž technický obraz jeví jako plocha. Prohlížení je důkladnější a zároveň namáhavější. Proto se naprostá většina publika domnívá, že jsou technické obrazy věrným zobrazením skutečnosti. Publikum je podle V. Flussera doslova líné obrazy prohlížet a pouze na ně pohlíží.

Jak již bylo řečeno, technický obraz je složen z jednotlivých bodů. Čím je však způsobeno toto skládání bodů? O jaký proces se jedná? V. Flusser proces sestavování obrazu popisuje následovně. Jedná se o sérii konkrací³⁸ (kalkulací a komputací) abstraktních bodových prvků. U klasické fotografie se jedná o chemické reakce specifických fotonů ve specifických molekulách sloučenin

³⁷ Flusser, Vilém: *Do universa technických obrazů*, Praha 2001 (Nakladatelství a vydavatelství OSVU), 1. vydání, s. 16

³⁸ Konkrece – (lat.) zhuštění, zpředmětnění (opak abstrakce) (zdroj: Rejman, L.: *Slovník cizích slov*, Praha 1971 (Státní pedagogické nakladatelství), s. 186)

stříbra. U televizního obrazu jsou to pak dráhy, kterými v katodové trubici prolétnou specifické elektrony. Je tedy zřejmé, že jsou tyto obrazy spjaty s technikou, která pochází z vědeckých teorií. Tedy i z té, která říká, že „ve skutečnosti“ *je vše rozpadajícím se rojem bodů, zejícím prázdňem.*³⁹

Častým omylem bývá tvrzení či domněnka, že technické obrazy něco představují. Ve skutečnosti mají tyto obrazy schopnost projekce. Pouze přijímají (zachycují) scény bez významu, které se k nim dostávají díky fotonům či elektronům, kódují je a promítají je zpět do světa. Hlavní funkcí technických obrazů je však funkce přenášet informace. V době, kdy ještě obrazy tohoto druhu neexistovaly, funkci přenosu informací zastávaly lineární texty. Dnes jsme fotografiemi, televizními obrazy, filmy a jinými technickými obrazy doslova zahlceni. V. Flusser v této souvislosti hovoří o tzv. kulturní revoluci. Tato revoluce je spjata především s pojmy jako fantazie, imaginace, fikce, vědomí a epistemologie. Zdůrazňuje, že dochází k postupnému nahrazování historického, vědeckého a textově lineárního myšlení, „povrchním“ způsobem myšlení. Tento nový způsob myšlení tak vytlačuje zkoumání hlubších souvislostí, vysvětlování či vypočítávání a naopak vytváří fikce. To je podstata současné kulturní revoluce, která má nedohlédnutelné důsledky.

Ptáme-li se po významu technických obrazů, musíme si opět připomenout zásadní odlišnost od obrazů tradičních. Existují různé druhy technických obrazů a nám se může zdát, že každý z nich má odlišný význam. Fotografie tak mohou znamenat různé scény okolního světa (viz. kapitola 2. 2.) a filmy pak konkrétní události z tohoto světa. V. Flusser se domnívá, že pokud se ptáme po významu technických obrazů, tak není vhodné se ptát „co“ znamenají. Měli bychom se ptát „kam“ ukazují. Otázka po směru má úzkou souvislost s již zmiňovanou projekcí technických obrazů (obrazy jsou promítány do prostoru). Ačkoli by se tedy zdálo, že každý technický obraz je promítán jiným směrem, ukazují ve skutečnosti jedním směrem. Zároveň máme sklon rozlišovat mezi

³⁹ Flusser, Vilém: *Do universa technických obrazů*, Praha 2001 (Nakladatelství a vydavatelství OSVU), 1. vydání, s. 40

jednotlivými druhy technických obrazů. Rozlišujeme na *zobrazení a modely*. *Jedny znamenají to, co je, druhé, co být má nebo by být mohlo.*⁴⁰

Zobrazení je charakteristické především pro fotografii. Fotograf si představuje objekt, který díky aparátu vyfotografuje. Chce pojmout svou představu, přeložit ji do pojmů „perspektiva“ či „čas osvitu“. *Aparát tyto pojmy kalkuluje automaticky. A fotograf stiskne tlačítko, aby dal aparátu podnět k provedení těchto kalkulací, k utvoření fikce.*⁴¹ Představa objektu je převedena do obrazu.

Modelem se myslí počítačem vytvořená iluze objektu. Představa objektu je převedena do pojmů jako např. „rovnice“ či „výrobní náklady“ a je automaticky zpracována aparátem. Uživatel počítače nestiskává tlačítko aparátu, nýbrž pracuje s příslušenstvím počítače. Ten díky přesným výpočtům vytvoří iluzi objektu. Opět je vytvořen fiktivní obraz. V. Flusser tedy zdůrazňuje, že je zbytečné rozlišovat mezi zobrazením a modelem. Všechny technické obrazy včetně zobrazení a modelu jsou fikce.

2. 7. Aparátový totalitarismus

Základní myšlenkou shrnující koncepci technických obrazů je, že jsou to iluzorní klamy. Žijeme ve světě, ve kterém nás obklopují fotografie, televizní obrazovky, počítačové simulace, holografy atd. Tyto technické obrazy se staly jakousi samozřejmostí, a proto je také převážná většina společnosti přijímá nekriticky. Přijímáme tak skrytá poselství (viz. kapitola 2. 2.), která nás do jisté míry ovlivňují. Záměrem většiny technických obrazů je přimět nás zapomenout na jejich skutečnou, symbolickou povahu. Jak již bylo výše řečeno, dešifrovat technoobrazy není snadné, ale je to možné. Je to možné díky technoimaginaci (viz. kapitola 2. 2.). Právě tato schopnost napomáhá k osvobození společnosti od závislosti na technických obrazech a jejich programujícího záměru. Pokud bychom byli všichni schopni technoobrazy dešifrovat, dokázali bychom se

⁴⁰ Flusser, Vilém: *Do universa technických obrazů*, Praha 2001 (Nakladatelství a vydavatelství OSVU), 1. vydání, s. 43

⁴¹ Flusser, Vilém: *Do universa technických obrazů*, Praha 2001 (Nakladatelství a vydavatelství OSVU), 1. vydání, s. 44

v mnohém oprostít od jejich klamavé „ideologie“. Tento klam spočívá v tom, že se nám technobrazy prezentují jako autentická ztvárnění reality. Ve skutečnosti se však jedná jen o fiktivní ztvárnění reality. A právě tento záměr, přesvědčit nás o jejich autentičnosti je základem „programujícího aparátového totalitarismu“.

Současná generace je V. Flusserem charakterizována jako „*současná obrazová civilizace*“⁴² či „*čistě informativní společnost*“⁴³. Z těchto pojmenování vyplývá, že současná společnost je plně závislá na aparátech, díky kterým technické obrazy vznikají. Tyto aparáty často neslouží svému uživateli, ale naopak jejich uživatel slouží jim. To V. Flusser nazývá *revolučním obratem ve vztahu mezi člověkem a jeho nástrojem*.⁴⁴ V. Flusser rozlišuje mezi pojmy nástroj, stroj a přístroj. Pojem nástroj popisuje jako simulaci jednoho z tělesných orgánů sloužící práci a pojem stroj je pak konkrétní *nástroj, který na základě vědeckých teorií simuluje tělesný orgán*.⁴⁵ Přístroj je jiným označením aparátu.

Většina populace se manipulaci nebrání. Je to částečně i pohodlnější způsob života. Publikum se spoléhá na práci kritiky, která technické obrazy hodnotí a analyzuje. Takováto analýza ale není dostatečně objektivní a nezaujatá a k publiku se tak dostávají mylné informace. Proto V. Flusser přichází s konceptem „nové fotokritiky“. Tato nová kritika má za úkol analyzovat skutečnou podstatu technických obrazů a osvobodit programované vědomí společnosti. Běžné fotografie, které nás obklopují se jeví jako skutečné. Pro publikum znamenají současnost a skutečnost společnosti. *Čím jsou „lepší“, „silnější“, působivější a výraznější, tím dokonaleji programují společnost s ohledem na specifické poznání, prožívání a jednání v současnosti a skutečnosti. ... Běžné fotografie skrývají, že jsou umělými produkty*

⁴² Flusser, Vilém: *Moc obrazu: výbor filosofických textů z 80. a 90. let*, Praha 1996 (Občanské sdružení pro podporu výtvarného umění), s. 17

⁴³ Flusser, Vilém: *Do universa technických obrazů*, Praha 2001 (Nakladatelství a vydavatelství OSVU), 1. vydání, s. 10

⁴⁴ Flusser, Vilém: *Moc obrazu: výbor filosofických textů z 80. a 90. let*, Praha 1996 (Občanské sdružení pro podporu výtvarného umění), s. 18

⁴⁵ Flusser, Vilém: *Za filosofii fotografie*, Praha 1994 (Hynek), 1. vydání, s. 72

zhotovenými kamerou, a vyvolávají zdání, jako by samy zobrazovaly svět tam venku.⁴⁶ Hovoříme zde o tzv. „povedených“ fotografiích. Pokud se podíváme na fotografii, která je např. rozmazaná, můžeme vidět v plné kráse klam, o kterém hovoří V. Flusser. V knize „Moc obrazu“ je tento klam demonstrován na fotografiích německého fotografa Andrease Müller-Pohleho. Tyto fotografie jsou záměrně snímány za podmínek, které obraz (iluzi obrazu) deformují. (viz. Přílohy)

Budoucí společnost V. Flusser nazývá utopickou. Utopie podle něho znamená *ztrátu půdy pod nohama, nepřítomnost místa, na němž by se bylo možno držet.*⁴⁷ Utopickou společnost vidí především v budoucí nadvládě technických obrazů. Tato společnost se bude nacházet ve fiktivních plochách, které budou zpochybňovat geografii a dějiny. Bude plně programována a bude pod absolutním vlivem aparátů. To je vize aparátového totalitarismu.

2. 8. Obrácení významu skutečnosti

Do jisté míry současná společnost vize V. Flussera splňuje. Naše každodenní životy jsou úzce spjaty s různými médii. Díváme se na televizi, posloucháme rádio, čteme noviny, časopisy, pracujeme s internetem a kromě toho všeho, nás neustále obklopují fotografie sloužící pro reklamní účely. Člověk, který by se chtěl skrýt před těmito technoobrazy a aparáty, by patrně musel žít izolován od civilizace. Obraz jako takový dostal zcela nový význam. V. Flusser v tomto kontextu hovoří o tzv. významových vektorech. Jedná se vesměs o význam skutečnosti. Lidé se v minulosti více soustředili na realitu, kterou mohli pojmout většinou svých smyslů. Tuto realitu chtěli zachytit nejprve do obrazů, později do písma. Význam skutečnosti byl však pořád stejný. Lidé dokázali bez problémů odlišit fikci od reality. S příchodem nových aparátů, v čele s fotoaparátem, však dochází k obrácení tohoto historicky nastaveného významového vektoru. Veškerá skutečnost přechází do obrazu

⁴⁶ Flusser, Vilém: Moc obrazu: výbor filosofických textů z 80. a 90. let, Praha 1996 (Občanské sdružení pro podporu výtvarného umění), s. 63

⁴⁷ Flusser, Vilém: Do universa technických obrazů, Praha 2001 (Nakladatelství a vydavatelství OSVU), 1. vydání, s. 9

(technoobrazu) a její význam se obrací. Ve vztahu k písmu, sloužily obrazy v minulosti pouze jako doplňky textů, jejichž funkcí bylo znázornit a osvětlit obsah textu. V současnosti je tomu však naopak. Obraz (hlavně technický obraz) se dostal do popředí a funkci doplňovací má nyní text. Vzhledem k neustále rostoucí modernizaci se také postupně mění podoba technických obrazů. Tyto obrazy vyvolávají dojem, že jsou skutečným zachycením reality. V. Flusser obrácení významu vektoru popisuje takto: „*Skutečný není svět „tam venku“ a není jím ani pojem „zde uvnitř“ programu přístroje, skutečná je teprve fotografie.*“⁴⁸

Technoobrazy jsou tedy jakýmsi otiskem skutečnosti. Převážná většina publika tento otisk skutečnosti přijímá nekriticky a podle Flussera tedy přijímá i skrytý záměr, který s sebou technoobraz nese, totiž záměr automaticky programovat společnost. Flusser navrhuje změnu kritérií, podle kterých se technické obrazy hodnotí. K částečné změně kritérií již postupně dochází. Již se nehodnotí pouze krása či pravdivost. Hodnotí se především autenticita a faktor pobavení. Tato nová kritéria však zdaleka nevedou k osvobození od záměru programovat společnost. Právě naopak. Publiku jsou předkládány nové mediální formáty, které zdůrazňují obrácení významového vektoru a ještě více přenášejí realitu do technických obrazů. Publikum si tak čím dál tím méně uvědomuje, že veškeré technické obrazy jsou pouhá fikce.

Jedním z těchto nových formátů je i reality show. Ačkoli se jedná o televizní pořad, který ve svém názvu nese pojem realita, jedná se stále o fiktivní ztvárnění této reality. Následující kapitola se věnuje právě tomuto novému formátu.

⁴⁸ Flusser, Vilém: Za filosofií fotografie, Praha 1994 (Hynek), 1. vydání, s. 30

3. Nové formáty televizních pořadů

3. 1. Mediální žánr a formát

Na první pohled by se mohlo zdát, že se tyto dva pojmy od sebe příliš neliší. Ve skutečnosti je však pojem žánr pojmu formát nadřazený.

Termín žánr je definován jako typ či druh libovolného kulturního výtvoru. Jedná se o rozdělení konkrétních forem podle kritérií. (D. McQuail, 2002). Mediální žánr je tedy druh mediálního sdělení, který je podřízen určitým kritériím. Žánr v podstatě odkazuje k ustálenému a opakujícímu se typu či kategorii mediálních produktů. (G. Buton, J. Jiráček, 2001) Pro jeho definování existují konkrétní znaky, podle kterých lze žánr vztahovat k jakémukoli obsahu.

Mezi tyto znaky patří (D. McQuail, 2002):

1. Identita žánru je vnímána téměř shodně jejími tvůrci i příjemci.
2. Identita žánru se vztahuje k jejímu účelu, významu a její formě.
3. Tato identita je již zavedena a zachovává obecně známé konvence.
4. Konkrétní žánr bude dodržovat očekávanou strukturu vyprávění nebo řazení dějů, tíhnout k předvídatelné zásobě zpodobení a mít svůj repertoár variant základních témat.

Ve světě médií je žánr nepostradatelnou součástí definování mediálních obsahů. Napomáhá příjemcům zorientovat se v široké škále nejrůznějších forem mediálních sdělení. Jednotlivé žánry byly vždy odděleny pomyslnou, avšak pevnou hranicí. Dnes dochází k postupnému rozpouštění těchto hranic a pojem žánr tak dostává zcela nový význam. Žánrové prvky se navzájem prolínají a vznikají nové kombinované mediální formáty. Nejedná se tedy již o žánr, nýbrž o formát.

Formáty jsou nepostradatelnou součástí žánru. Jsou to *v podstatě šablony pro nakládání se specifickými tématy v mezích žánru*.⁴⁹ Pokud tedy mluvíme o nově vznikajících mediálních formách, mluvíme o formátech. Pro formát je charakteristická jeho otevřenost novým žánrovým prvkům.

3. 2. Nové mediální formáty

V posledních několika letech dochází v oblasti kultury ke zvláštnímu jevu, který úzce souvisí s fenoménem globalizace. V rámci kulturní globalizace se dá hovořit o tzv. hybridizaci kultury (v oblasti médií se hovoří také o hybridizaci médií). Jedná se o míšení různých kulturních stylů, forem a tradic za účelem vzniku něčeho nového. Tento proces není zcela novým fenoménem, pouze tempo tohoto procesu je pod vlivem globalizace rychlejší. Hovoříme zde o tzv. hybridizaci. Tento proces se vztahuje i na oblast médií. Vznikají nové mediální formáty, které obsahují různé žánrové prvky a kombinují tak vlastně „všechno se vším“. Tyto formáty mají nejrůznější pojmenování. Neexistuje tedy jednotný pojem. Setkáváme se s pojmy jako např. „reality-formáty“ (*Reality-Formate*)⁵⁰, „nové formáty“ (*Die Neuen Formate*)⁵¹ či „hybridní formáty“ (*Hybridformate*)⁵². Ať již tyto formáty nazýváme tak či onak, jejich princip je však stejný. Jsou to kombinace několika žánrových elementů do jednoho formátu a jejich záměrem je vzbudit zájem u publika a tento zájem také udržet. Hlavním cílem je tedy vytvořit takové formáty, které budou pro diváka zajímavé, napínavé a zábavné, a které budou pokud možno nabízet maximum. Tzn. čím více prvků formát obsahuje, tím atraktivnější se stává pro diváka. Základním pojmem je zde pojem realita. Na principu reality totiž fungují všechny tyto „hybridní formáty“. V praxi tyto formáty vystupují

⁴⁹ McQuail, Denis: Úvod do teorie masové komunikace. Praha 2002 (Portál), s. 297

⁵⁰ Köhler, Holger. *Reality, wohin man zappt*. [online]. Dostupný z <http://www.free-webspace.biz/medienseminar/realityformate/realitytv_1.html>

⁵¹ Prokop, Ulrike; Jansen, Mechtild M.: *Doku-Soap, Reality-TV, Afekt-Talkshw, Fantasy-Rollenspiele: Neue Sozialisationsagenturen im Jugendalter*, Marburg 2006 (Tectum Verlag), s. 13

⁵² Köhler, Holger. *Hybridformate*. [online]. Dostupný z <http://www.free-webspace.biz/medienseminar/realityformate/realitytv_2.html>

například jako kombinace dokumentárních a fiktivních prvků s prvky soap opery⁵³.

Velké světové mediální koncerny vyvíjejí tyto formáty podle takových měřítek, které jim zaručí úspěch po celém světě. Tajemství takového úspěchu je především v tom, že formáty nepodléhají národním kulturním zvláštnostem. Proto je např. pořad „Big Brother“ vysílán v tolika zemích a má téměř stejnou podobu. Mediální průmysl již není zaměřen především na obsah sdělení, důležitějším se stal jeho „obal“, tedy to, jak pořad vizuálně a akusticky působí na publikum. Pro tvůrce těchto pořadů je pak nejdůležitějším cílem podíl na sledovanosti. Tvůrci jsou tedy hlavně zaměřeni na zisk.

3. 3. Reality formát

Pojem reality formát představuje poměrně mladý a dosud ne zcela definovaný mediální formát. Dalo by se říci, že je to jakýsi hlavní představitel tzv. hybridních formátů. Tento formát totiž ještě zahrnuje velké množství dalších formátů, které vznikají různými kombinacemi.

Reality formát, jak již sám název napovídá, se neobejde bez jisté dávky „reality“ a autentičnosti a tudíž ani bez odhalení soukromého sektoru. Zveřejněné soukromí přispívalo např. již v literatuře 18. století k efektu šokování publika. V tomto století bylo ve společnosti velmi populární psaní dopisů. Na základě toho, pak vznikl nový estetický vzor – román v dopisech – který překročil hranice mezi literární fikcí a literárními pravidly. Román v dopisech zachycoval osobní zpovědi a často popisoval s detailností intimní život postav románu. Publikum tento nový literární žánr již nevnímalo jako žánr představující smyšlený příběh, ale považovalo ho za autentickou

⁵³ Soap opera – (angl.) Mýdlová opera – označení cyklu melodramatických příběhů orientovaných na ženské publikum, které se poprvé objevily v americkém komerčním rozhlasu na počátku 30. let 20. stol. Pojmenování začal užívat americký tisk, a to jako poněkud ironický poukaz na hlavní sponzory rozhlasových mýdlových oper, kterými byli výrobci čistících prostředků Procter&Gamble a Palmolive. (zdroj: Reifová, Irena a kol.: Slovník mediální komunikace, Praha 2004 (Portál), s. 171)

výpověď autora. To dokazuje, že i tehdy byla důležitá otázka autenticity ztvárnění.

Zároveň má tento formát kořeny v dokumentárním filmu. Žánr dokumentárního filmu je v zásadě tak starý, jako samotné filmové médium. Již první krátké filmy bratří Lumierů zobrazovaly scény všedního života. A zde také začíná debata o tom, co vlastně dokumentární film je, jaký může být a jaký by měl být.⁵⁴ Nové „hybridní“ formáty však rozpustily hranice žánru a ukončily tak i debatu o funkci dokumentárního filmu. Prvky dokumentu se staly součástí nových formátů. Dochází k promíchání reality a fikce, dokumentace a inscenace. Jedním z hlavních kritérií je otázka po zajímavosti a emocionalitě.

Příčiny rozvoje hybridních formátů lze zřejmě hledat i v tzv. duálním systému televizního popř. rozhlasového vysílání. Duální systém, či také smíšený systém, je mediální systém, v němž vedle sebe v oblasti rozhlasového a televizního vysílání existují média soukromá a média veřejné služby (I. Reifová a kol., 2004). V oblasti televizního vysílání tedy vedle sebe fungují privátní a veřejnoprávní stanice, které tvoří dva mimoběžné světy. Např. v Německu byl duální systém zaveden již po roce 1984 a odstartoval tak jakýsi reality-boom. Vznikly nové vysílací stanice a zároveň tak vznikl i prostor pro nové experimentální formáty. V České republice bylo duální vysílání zavedeno v roce 1991. Samotné „hybridní“ formáty se však začínají objevovat až koncem devadesátých let v podobě talk show jako bylo např. Áčko (TV Nova) či Sauna (TV Prima). Pravý reality-boom pak přichází až s odvysíláním prvních dílů reality show Big Brother (TV Nova) a VyVolení (TV Prima)⁵⁵.

Hlavním důvodem, proč v současné době vzniká tolik nových formátů v rámci reality formátu, je jeho vysoká oblíbenost u diváků. Tato oblíbenost se

⁵⁴ *Bereits die ersten Kurzfilme der Brüder Lumiere zeigten Szenen aus dem täglichen Leben. Und ebenfalls mit diesen ersten Filmen beginnt, zumindest rückwirkend, auch die Debatte darüber, was Dokumentarfilm ist, kann und soll.* (zdroj: Köhler, Holger. *Reality, wohin man zappt.* [online]. Dostupný z

<http://www.free-webspaces.biz/medienseminar/realityformate/realitytv_1.html>)

⁵⁵ První díl pořadu Big Brother byl odvysílán 28.8. 2005. Reality show VyVolení byla představena již o 14 dní dříve (14.8. 2005), soutěžící se však do vily nastěhovali až v druhém díle (20.8. 2005).

odráží především v podílu na sledovanosti. Divák zapíná, vypíná a přepíná programy a podílí se tak na sledovanosti. Divácký ohlas na vysílání nejrůznějších pořadů se zjišťuje elektronickým měřením sledovanosti prostřednictvím tzv. peplemetrů⁵⁶. Velký vliv na vznik nových formátů mají i velké koncerny, díky jejichž reklamním spotům jsou financovány soukromé vysílací stanice. V současnosti lze však pozorovat i jistý odvrát některých těchto koncernů od tzv. *Trash-TV*⁵⁷. V praxi to pak znamená zařazení menšího počtu reklamních spotů v důsledku často negativních vlivů pořadu na jejich produkty.

Pod pojmem reality formáty se také rozumí možnost diskutovat o problematických a konfliktních otázkách. Tyto formáty vytvářejí rámec, ve kterém může být diskutováno téma, které je např. tabuizováno. Taková témata obvykle patří mezi spektrum nejzajímavějších témat. Nejatraktivnější pak bývají pro publikum autentické výpovědi účastníků pořadů typu reality show či talk show. Z pohledu sociologie se jedná o odstranění marginalizace (ohraničení). Již se nehovoří o osobách nebo sociálních skupinách, ale tyto osoby či skupiny vypráví svůj „příběh“ samy.

Tyto pořady mívají velice často svého moderátora. Jeho funkce spočívá ve strukturování situace díky položeným otázkám, přidělení práva vyjádřit se a také díky komentářům. Ale i přes moc moderace mají účastníci prostor pro volné vyjádření svého názoru. A to je také opět moment, který je pro diváka zajímavý.

Ke zhodnocení „kvality“ reality formátu existují kritéria v podobě otázek (U. Prokop, M. M. Jansen, 2006):

1. Do jaké míry mají účastníci pořadu možnost vyjádřit svůj názor a s ostatními účastníky se zapojit do diskuze?

⁵⁶ Peplemetr – elektronické zařízení, které slouží k zaznamenávání programových preferencí televizních diváků. (zdroj: Reifová, Irena a kol.: Slovník mediální komunikace, Praha 2004 (Portál), s. 182)

⁵⁷ Trash TV – slovo „trash“ je hovorový výraz pro tzv. brak, škvár. Trash TV reprezentuje pořady typu talk show, telenovely, mýdlové opery atd. (zdroj: Köhler, Holger. *Reality, wohin man zappt.* [online]. Dostupný z <http://www.free-webspace.biz/medienseminar/realityformate/realitytv_1.html>)

2. Objevují se v rámci diskuze i tabuizovaná témata? A do jaké míry se k nim mohou účinkující vyjádřit?
3. Vede konfrontace pozic účastníků k objasnění rozmanitosti životních stylů?

Hlavním hodnotícím kritériem pro tvůrce pořadů je však, jak již bylo výše řečeno, podíl na sledovanosti. Zda se podařilo diváka zaujmout a přimět ho ke sledování daného pořadu.

Nově vznikající reality formáty tvoří jakousi síť „podformátů“ a žánrových prvků. V této síti dochází k vzájemnému míšení, při kterém vznikají nové mediální formáty. Míšením tak dochází ke spojení reality a autenticity s fikcí. Reality formáty představují nový druh mediální zábavy.

3. 3. 1. Typy reality formátů

Typy reality formátů zahrnují nejrůznější druhy pořadů. Nejčastěji jsou však v televizi v současné době k vidění pořady, které jsou převážně zahrnovány pod formát reality show. Můžeme se však setkat i s označením „reality TV“⁵⁸. V této oblasti se často objevuje pojmová nejednotnost. Hranice mezi těmito pojmy je pohyblivá. Představím zde dvě základní skupiny tohoto formátu. Jedna skupina zahrnuje běžné formáty reality show, druhá pak extrémní formáty reality show.

3. 3. 1. 1. Běžné formáty reality show

Samotný formát reality show je velmi rozmanitý, a je tudíž velmi problematické ho definovat. Jednotná definice neexistuje. Z tohoto důvodu zde také pouze uvádím příklady tohoto formátu. Jedná se o tři poměrně známé reality show, které byly či jsou vysílány českými, privátními, televizními stanicemi.

⁵⁸ Köhler, Holger. *Reality, wohin man zappt.* [online]. Dostupný z <http://www.free-webspace.biz/medienseminar/realityformate/realitytv_1.html>



Obr. č. 1: Logo reality show "Big Brother"⁵⁹

Big Brother

Jedná se o reality show, kterou v České republice odvysílala TV Nova. Pořad Big Brother je znám téměř po celém světě. Inspirací pro jeho vznik byla postava „Velkého Bratra“ z knihy George Orwela „1984“. Tato postava je *politická figura předkládaná jako hlava strany a státu, ač reálně neexistující. Občanům, navenek demokratického (ve skutečnosti policejního) státu, je mimojiné neustále připomínáno, že Velký Bratr tě sleduje.*⁶⁰ Občané jsou sledováni prostřednictvím televizních obrazovek, které odesílají obraz o dění v domácnostech „Velkému Bratrovi“.

Samotný pořad funguje na podobném principu. Je vybráno 12 soutěžících, kteří jsou umístěni do jednoho společného domu. Soutěžící jsou vybráni na základě castingu a souhlasí s tím, že budou nepřetržitě nahráváni. Stěny domu jsou částečně vyplněny polopropustnými zrcadly, za nimiž jsou kamery. Dům je také odposloucháván mikrofony a každý soutěžící má osobní mikroport. Soutěžící jsou v domě izolováni a tato izolace trvá pro posledního soutěžícího sto dní. „Velký Bratr“ je zde hlas, který dává soutěžícím různé úkoly a pokyny. O výherci rozhodují diváci, kteří hlasují, kdo dům z vybraných kandidátů opustí. Výherce získává 10 miliónů Kč. Tento pořad má také svého moderátora. Moderátorem první řady byl Leoš Mareš spolu s Evou Aichmajerovou a Lejlou Abbasovou.

Poprvé byl pořad Big Brother uveden holandskou televizní stanicí Veronica v září 1999. Majitelem licence je holandská společnost Endemol. Od té doby tato reality show oslavila úspěch již ve 32 zemích světa na všech kontinentech. Zatímco v jiných zemích se vysílá již několikátá řada tohoto pořadu, v České republice proběhla teprve řada první. První díly této řady byly odvysílány na přelomu srpna a září 2005. Paralelně s první řadou pořadu Big Brother byla odvysílána konkurenční televizní stanicí Prima, velice podobná reality show

⁵⁹ Zdroj obrázku: <http://img.radio.cz/pictures/loga/big_brotherx.jpg>

⁶⁰ Zdroj: <http://big-brother.cz/#velky_bratr>

Vyvolení. Tento pořad však zaznamenal větší úspěšnosti a odvysílány byly řady dvě.



Obr. č. 2: Logo reality show "Jste to, co jíte"⁶¹

Jste to, co jíte

Poprvé tento pořad odvysílala britská televizní stanice Channel 4 v létě roku 2004. Pořad nesl název „You are What you eat“ a zaznamenal veliký úspěch. Tento rok stanice Channel 4 odvysílala již třetí sérii. S velkým úspěchem byl pořad vysílán i v Austrálii, Belgii, Brazílii, Kanadě, Finsku, Dánsku dále pak ve Francii, Holandsku, v Rakousku, Polsku, na Novém Zélandě a v dalších zemích. V Německu je aktuálním srovnatelným pořadem pořad „Besser essen“.

V České republice se tato reality show objevila v září roku 2006 v programu TV Prima. Pořad zaznamenal vysoké sledovanosti a nyní je ve vysílání již druhá řada. V pořadu jsou představeni lidé, kteří mají problémy s nadváhou a chtějí za odborné asistence zhubnout. Pomoci jim k tomu má především dietolog, který sestaví „dietní plán“. Tento dietolog je zároveň i moderátorem celého pořadu. Je jím MUDr. Kateřina Cajthamelová. Účinkující podstupují během pořadu i různá lékařská vyšetření a zároveň se seznamují s novým zdravějším životním stylem. Tento pořad je opět klasickým příkladem reality formátu. Jsou zde představeni „obyčejní“ lidé se svými problémy, kteří před kamerami vypráví svůj příběh. Divák se tak s nimi může lépe ztotožnit.

⁶¹ Zdroj obrázku: <<http://www.iprima.cz/primarodina/?1079e=19333>>



Obr. č. 3: Logo reality show "Výměna manželek"⁶²

Výměna manželek

Tato reality show se od předchozích dvou trochu liší. Autoři pořadu Výměna manželek zdůrazňují především větší autenticitu (v porovnání s jinými reality show). *V téhle „show“ je stokrát víc reality, než uvidíte za celý měsíc ve VyVolených. Skuteční lidé ve skutečném prostředí.*⁶³ Tato show se neodehrává v uměle vytvořeném prostředí (viz. vila v pořadu Big Brother či VyVolení), ale přímo v domácnostech obyčejných lidí. Základní princip této show je následující. Dvě manželky si na deset dní vymění své domácnosti, včetně dětí a manželů. Prvních pět dní se každá řídí tzv. „manuálem domácnosti“, který si manželky navzájem sepsaly. To znamená, že by měly obě respektovat pravidla zaběhlé domácnosti. Po uplynutí této doby ženy dostanou možnost pravidla v této domácnosti dle svých představ pozměnit. Na závěr se obě rodiny sejdou u jednoho stolu za přítomnosti kamery a diskutují o uplynulých deseti dnech.

Také tato reality show původně pochází z produkce britské televizní stanice Channel 4. Tato stanice zároveň vlastní licenci pořadu. Britská verze tohoto pořadu nese název „Wife Swap“. Také tento pořad se stal populární po celém světě (např. v Německu nese název „Frauentausch“). V České republice byla první řada „Výměny manželek“ odvysílána v září 2005 a v současné době je ve vysílání již třetí řada.

Vybrané rodiny musely projít „konkurzem“ a splňovat určité podmínky. Jednou z podmínek např. bylo, že by měla být vybrána rodina s dětmi. Zároveň autoři pořadu kladli důraz na zvláštnosti rodin. Mezi rodinami měla být vždy jakási polarita, díky níž měla být zaručena vyšší atraktivnost pořadu. V jednotlivých dílech tak můžeme vidět rodiny, které se většinou nějakým způsobem (např. životním stylem) od sebe liší. Celá soutěž je realizována za

⁶² Zdroj obrázku:

<<http://www.nova.cz/tvnova/?138c=%3Bporady%7E&138e=DO5127&ex5127=vymena-manzelek>>

⁶³ Halada, Andrej. *Tohle je Reality Show: Výměna manželek* [online]. Dostupný z <<http://www.reflex.cz/Clanek21352.html>>

asistence psychologů. Ti pomáhají oběma ženách ve vypjatých situacích, které v průběhu natáčení vznikají celkem často. Přítomen není žádný moderátor a pořad je komentován pouze hlasem. Tato reality show je plná emocí a umožňuje divákům nahlédnout do soukromí jiných.

3. 3. 1. 2. Extrémní formáty reality show

Tyto formáty reality show jsou ve většině případů spojovány s televizní hudební stanicí MTV. Je to řada pořadů na bázi reality formátu. Jedná se například o pořady jako Scare Tactics, Fear, I want a famous face či Jackass. Pro takové formáty je hlavní jedno kritérium – „čistá dávka reality bez hranic“. Jedná se o pořady kontroverzní, které se snaží překonat veškerá mediální tabu. Představím zde dva z těchto pořadů.



Obr. č. 4: Logo reality show "Fear"⁶⁴

Fear (Strach)

Jak již samotný název napovídá, jedná se o reality show, jejímž hlavním cílem je vyvolat pocit strachu. A to jak u soutěžících, tak u publika. Oficiální popis pořadu nazývá tuto show jako paranormální reality show a mezi cílové publikum patří převážně mladiství a dospívající. To také souvisí se samotnou vysílací stanicí MTV, kterou sledují převážně dospívající. Pořad se inspiroval světově známou reality show Fear Faktor⁶⁵ a prvky filmu Záhada Blair Witch⁶⁶.

⁶⁴ Zdroj obrázku: <<http://www.carlabaron.net/Carla%20Collage/Fear/MTV's%20Fear.jpg>>

⁶⁵ Fear Factor - reality show, v níž soutěžící překonávají své fobie. (zdroj: <http://www.nbc.com/Fear_Factor/>)

⁶⁶ Jistá podobnost s prvky tohoto filmu je patrná především ve snaze vytvořit amatérské záběry, pro které je charakteristický např. roztřesený obraz, minimální osvětlení, tajemné zvuky v pozadí, vyděšený hlas aktéra, který popisuje situaci, v níž se nachází či krátké pasáže, ve kterých jsou slyšet pouze okolní zvuky a dech aktéra. Také tematicky odpovídá tento pořad námětu filmu Záhada Blair Witch. Mladí lidé jsou seznámeni s příběhem, který je spjat s objektem, v němž se údajně „straší“. Jejich úkolem je ověřit, zda se skutečně jedná o paranormální úkazy.

Na základě castingu je vybráno šest soutěžících, kteří jsou vysláni na odlehlé místo, co nejdál od civilizace. Na tomto místě se nachází objekt (např. bývalá plantáž, sanatorium, věznice atd.), který je spjat se záhadou či nějakou tragédií. Přítomen není žádný filmový štáb a soutěžící jsou vybaveni kamerami a mikrofony. I toto opatření zajišťuje vyšší autenticitu. Soutěžící jsou umístěni do jedné místnosti, která jim zaručuje „bezpečí“ („save house“). Jediné spojení s týmem tvůrců pořadu je prostřednictvím internetu. Soutěžícím jsou na určených internetových stránkách zadávány úkoly, které postupně mají plnit. To je také hlavní podmínka k získání výhry v podobě \$5000. Úkolem soutěžících je zjistit, jestli se v objektu skutečně objevují paranormální jevy. Pomocí vysílaček spolu komunikují, navzájem se podporují a motivují. Publikum pak vidí autentické záběry plné strachu, křiku a často až zoufalství.

Tato reality show používá i prvky dokumentu. Divák je seznámen s historií objektu a zároveň s jeho přehledným plánkem (pohled z „ptačí“ perspektivy). Roztřesené záběry kamer doprovází často zvuk dechu soutěžícího. Osvětlení je minimální, většina záběrů se odehrává ve tmě a je snímána infrakamerou. Zároveň je celá show „podbarvena“ tajuplnými zvuky a dramaticky laděnou hudbou.



Obr. č. 5: Logo reality show "I want a famous face"⁶⁷

I want a famous face (Chci mít slavnou tvář)

Také tvůrcem této reality show je hudební stanice MTV. Tato show je specifická především prostředím, které představuje. Převážná většina pořadu zachycuje lékařské prostředí a zákroky plastických chirurgů. Podstatou celé show je zachytit příběh mladého (často teprve dospívajícího) člověka, který se rozhodl změnit pomocí plastické operace svůj vzhled. Jeho snem je podobat se po zákroku oblíbené osobě ze světa „šoubysny“⁶⁷. Mezi takové idoly patří např. Brad Pitt, Pamela Anderson, Britney Spears, Jennifer Lopez a další.

⁶⁷ Zdroj obrázku: <http://www.mtv.com/ontv/dyn/i_want_a_famous_face-2/series.jhtml>

Nejčastěji se jedná o úpravy nosů, rtů, poprsí, či formování (modelování) postavy. Všechny zákroky jsou provedeny najednou. Tento fakt způsobuje výrazný šok nejen pro tělo účinkujícího, ale především pro jeho psychický stav. Účastníci jsou natáčeni před operací, při operaci a také bezprostředně po ní. Dále je natáčena pooperační rekonvalescence a po určité době (cca. měsíci) je divákům prezentován výsledek.

Velice často se v médiích objevuje kritika tohoto pořadu. Je zdůrazňován především fakt, že tato kontroverzní show může negativně ovlivňovat především dospívající mládež (viz. níže). Často se také můžeme dočíst, že účastníkům plastické operace hradí MTV. Na oficiálních stránkách je však zdůrazněno, že rozhodnutí podstoupit plastickou operaci je aktem svobodné a individuální vůle účastníků. Toto rozhodnutí není nijak závislé na tomto pořadu (především ne finančně). MTV pouze „dokumentuje“. Záběry jsou autentické a často šokující.

4. Reality show v reakci médií

Každá odvysílaná reality show vyvolává různé reakce. Reaguje publikum, ale především média, která by na tomto místě měla zastávat funkci kritiky. S „objektivní“ kritikou se však v těchto reakcích příliš často nesetkáváme. Na toto téma poukazuje i V. Flusser, který tuto „objektivní“ kritiku nazývá „novou kritikou“ (popř. „novou“ fotokritikou). Takový kritický přístup by byl patrně schopen odhalit pravý záměr tvůrců formátu reality show a ukázat by publiku skrytou fiktivnost tohoto formátu.

4. 1. Televizní stanice

Zde bychom měli rozlišovat mezi televizí veřejnoprávní a soukromými televizními stanicemi.

Veřejnoprávní televize ve většině případů zaujímá stanovisko objektivní kritiky. Snaží se o nezaujatou analýzu formátu reality show a upozorňuje na jeho nedostatky. Zdůrazňuje pak také etické otázky a vhodnost či nevhodnost odvysílaných scén. Například německá televizní stanice ARD zaujala

stanovisko k reality TV již v roce 1993. V „Zásadách proti zlehčování a glorifikaci násilí v televizi ARD“ prohlašuje: „*Každá výzva k voyeuristickým choutkám a primitivní touze po senzaci je nepřijatelná. Lidské utrpení, průběh umírání (např. po nehodách) se v žádném případě nesmí stát ústředním předmětem zdánlivě autentické reportáže. Směšování fikce a skutečnosti a cynické využívání ran osudu nebo katastrofických situací je nepřijatelné. Je nutné dbát veškerých práv osob postižených, tzn. že soukromí nesmí být porušováno, hranice studu a důstojnost člověka nesmí být zraňovány.*“⁶⁸

Oproti tomu televize soukromé jsou známy spíše jako tvůrci pořadů formátu reality show. Tento formát ve většině případů podporují, protože je to jeden ze zdrojů jejich financování. Je zde však značný tlak konkurence. Jednotlivé televizní stanice se snaží všemi možnými způsoby získat přízeň diváků a často cynicky komentují konkurenční nabídku reality show. Své pořady pak podporují např. zařazením ukázek a upoutávek do každodenního vysílání (především v hlavním vysílacím čase), vysíláním tzv. „nočních show“, které odhalují tabuizovaná témata či tzv. speciálních dílů. Dá se tedy říci, že jsou reakce soukromých televizních stanic na formát reality show vesměs kladné.

4. 2. Tisk

Zde se dostáváme k pojmům seriózní tisk a tzv. bulvární tisk⁶⁹. Toto rozdělení již není příliš aktuální, ale přesto ho zde použiji. Chtěla bych tímto způsobem ukázat rozdílnost mezi tiskem seriózním a tiskem bulvárním. Je však nutné připomenout, že právě mezi jimi se nachází většina současných tiskovin. Tato převážná většina má v současné době již také mnoho prvků bulvárního tisku.

Již na první pohled je zřejmé, že je téma reality show bližší tisku bulvárnímu. Jedná se vesměs o deníky, pro které jsou charakteristické

⁶⁸ Kuncznik, Michael: Základy masové komunikace, Praha 1995 (Karolinum), s. 153

⁶⁹ Pojem bulvární tisk pochází z francouzské tradice tisku prodávaného od 2. poloviny 30. let 19. stol. na bulvárech (fr. boulevard – ulice). Jedná se o kategorii tisku odvozené od formy distribuce pouličním prodejem. (zdroj: Reifová, Irena a kol.: Slovník mediální komunikace, Praha 2004 (Portál), s. 287)

především velké barevné fotografie s nepřehlédnutelnými tituly a skandální a šokující témata. V reakcích na reality show se tak čtenář dozví především pikantní informace ze soukromí soutěžících. Reakce tisku seriózního bývají spíše mírné a často se v nich objevuje otázka etičnosti formátu reality show. Tak jako je tomu u televizních stanic, i zde představují tyto dva pojmy protipóly. Zatímco tisk seriózní ve většině případů reality formáty odmítá a kritizuje je, tisk bulvární jimi doslova „žije“. Dokud je určitá reality show v programu televize aktuální, je aktuální i pro tisk. V této době jsou účastníci show veřejně známí a do jisté míry populární. Jakmile však pořad z televize zmizí, mizí s ním postupně i zájem tisku. Proto také divákům televizní společnosti nabízejí stále nové a nové reality show, aby udržely jejich pozornost. V tomto ohledu spolu televizní stanice a bulvární tisk spolupracují. Čím více se o daném pořadu píše, tím více se dostává tomuto pořadu reklamy. I v případě negativní reklamy se stále jedná o reklamu, která zaručuje vyšší podíl na sledovanosti. Mezi nejčtenější bulvární deníky patří v České republice Blesk, Aha!, Šíp a Super Spy.⁷⁰ V Německu je to pak hlavně deník Bild.



Obr. č. 6: Ukázky titulních stran vybraných bulvárních deníků - reakce na reality show⁷¹

4. 3. Rozhlas

Reakce rozhlasových stanic na reality show nejsou příliš výrazné. Komerční stanice, jejichž převážná většina posluchačů se skládá z dospívající mládeže na tyto pořady vesměs reagují. Např. Radio Evropa 2 zve jako své hosty do ranní show účastníky reality show (např. pořad Česko hledá SuperStar).

⁷⁰ Zdroj: <<http://www.uvdt.cz/Upload/435.doc>>

⁷¹ Zdroje obrázků: <http://www.send.cz/outputXtra.php?extra_id=1969&size=full>, <<http://i.stratosfera.cz/strato/obrazky/superspy/125190s.gif>>

Poměrně zajímavou reakcí na mediální formát reality show je projekt Českého rozhlasu „Odhalení“⁷². Jedná se o reakci na pořad typu VyVolení či Big Brother. Na rozdíl od těchto dvou pořadů je však projekt „Odhalení“ na internetu stále aktuální. Celý tento multimediální projekt vznikl v roce 2005 za spolupráce s Českou televizí, ZOO Praha a řadou dalších partnerů. Účastníky této reality show nejsou lidé, ale gorily. Do jejich výběhu a pavilonu byly nainstalovány webové kamery, které přenáší online nepřetržitě po internetu záběry ze života goril. Sestřihy s komentáři dvou moderátorů pak byly vysílány Českou televizí. Nyní je tato reality show vysílána pouze po internetu. Cílem celého projektu je kromě vzdělávací části především získání finančních prostředků k záchraně goril.

4. 4. Reality show a internet

Formát reality show se dnes již pravděpodobně neobejde bez internetu. Ať už se jedná o přímé přenosy, archiv vysílání či informace pro diváky, internet je vždy jedním ze zprostředkovatelů.

Oproti televizi má internet tu výhodu, že může vysílat záznamy necenzurované a bez úprav. To je také hlavní argument pro vyšší autentičnost takových záznamů. Snímané záběry jsou uloženy bez stříhů a moderace, jednoduše jako „originální“ materiál. A to je samozřejmě i lákavá výzva pro publikum, které chce vidět „originální“ nepozměněné záběry. Takový přenos záběrů nepůsobí sice příliš esteticky, ale je přímý a bez „filtrace“. Televizní stanice, ať už veřejnoprávní či soukromé mají své oficiální webové stránky. Na těchto stránkách se často nachází i tzv. archiv. V tomto archivu si diváci mohou prohlédnout pořady z produkce této televizní společnosti. V nabídce se velice často nachází i pořady typu reality show.

Tzv. vysílání po internetu se však dá i zneužít. Existuje velké množství záznamů, které se objevily na internetu a které se ale zároveň staly středem mnoha diskuzí. Je otázkou, které záznamy jsou ještě odvysílatelné a které již ne. Mohou se tak objevit záběry plné násilí a dokonce záznam popravu

⁷² Zdroj: <<http://www.rozhlas.cz/odhaleni/portal/>>

člověka. Avšak i přes mnohá rizika dochází k částečnému přesměrování pořadů reality formátu z televize na internet. Internet se tak zdá být v mnohém ideálním médiem pro živé přenosy z našeho smyslového světa do světa digitálního. Záznam se ve velmi krátkém čase rozšíří po celém světě.

5. Publikum

Slovo publikum pochází původně z latiny a sloužilo jako výraz pro veřejnost, obecnost, ale dokonce i pro stát či obec. V širším slova smyslu pak vyjadřuje *kolektivní označení uživatelů nějakého média či příjemců nějakého obecně (veřejně) dostupného sdělení*.⁷³

Analýza publika se většinou snaží nalézt odpovědi na dvě kategorie otázek:

1. Povaha publika – do této kategorie spadají i podkategorie jako jak je publikum veliké, jaké má vlastnosti, jaké společné sociální a demografické rysy mají jeho příslušníci, či jaký může být jeho další vývoj.
2. Chování (jednání) publika – tato kategorie zahrnuje i otázky jako např. jak publikum nakládá se sděleními, která získává prostřednictvím médií, jak je dekóduje a jak je interpretuje.

V souvislosti s médii se často také užívá pojmu mediální publikum. Tento pojem pouze konkretizuje interakci mezi publikem a médii. V knize „Média a společnost“ je mediální publikum definováno jako *institucionální kolektivní uživatel či příjemce nějakého sdělení produkovaného médii*.⁷⁴ Členem takového publika se jednotlivec stává pokud splňuje určité podmínky. Pro to, aby mohl dekódovat a interpretovat mediální sdělení, musí dosáhnout určitého stupně vzdělání (tzn. být mediálně gramotný), musí disponovat časem stráveným s médii a musí být dostatečně ekonomicky zajištěn, aby měl k médiím jako ke zboží přístup.

Mluvíme-li o typologii publika, měli bychom uvést fakt, že neexistuje pouze jedna velká skupina lidí, která se nazývá publikum. Obvykle publikum tvoří

⁷³ Jirák, J.; Köpplová, B.: Média a společnost: Stručný úvod do studia médií a mediální komunikace, Praha 2003 (Portál), s. 86

⁷⁴ Jirák, J.; Köpplová, B.: Média a společnost: Stručný úvod do studia médií a mediální komunikace, Praha 2003 (Portál), s. 87

dvě skupiny diváků. Na jedné straně stojí diváci pasivní, kteří tvoří tzv. „cílovou“ skupinu. Takoví diváci přijímají mediální sdělení a nějakým způsobem na něj reagují. Na straně druhé pak stojí diváci aktivní. Tito diváci jsou součástí mediální komunikace a aktivně pracují s mediálními sděleními. V konečném důsledku pak přispívají k formování kulturního prostředí.

Ve vztahu mezi médií a publikem, jsou ve většině případů média chápána jako mocnější partner. Ve formátu reality show hraje publikum velice významnou roli. Divák se totiž domnívá, že se stává součástí tohoto formátu a tudíž, že zde médium není již tak mocné. Diváci jsou zapojeni do vytváření reality show nejrůznějšími způsoby – vypráví svůj příběh, snaží se změnit svůj životní styl, účastní se soutěží, ale také posílají textové zprávy, aby podpořili aktéry reality show atd. Nestávají se však rovnocenným partnerem, ale hrají stále jen roli publika, které zde slouží především jako nástroj zpětné vazby a hodnocení pořadu. Cílem tvůrců reality show je tedy zaujmout publikum a zvýšit sledovanost daného pořadu.

6. Média a etika

Pojem etika je odvozen z řeckého slova *éthos* a vyjadřuje zvyk, obyčej, charakter. Samotná etika je pak studiem lidského chování a jednání. Hlavní náplní etiky je morálka a morální jevy. Pojem morálka zahrnuje vlastně vše, o čem člověk přemýšlí a co činí. V souvislosti s médií se nejčastěji hovoří o tzv. mediální etice.

*Mediální etika je soubor sociálních, respektive profesních norem odrážejících akceptované morální hodnoty, na jejichž základě se definují postupy při práci na mediálních produktech, jež jsou v dané době a daném společenském kontextu považovány za přijatelné a žádoucí.*⁷⁵ V moderních společnostech tyto postupy souvisí především s oblastí reklamy, zábavy a žurnalistiky. A právě do oblasti zábavy spadá i formát reality show.

⁷⁵ Reifová, Irena a kol.: Slovník mediální komunikace, Praha 2004 (Portál), s. 55

V rámci mediální etiky se často hovoří i o etice žurnalistické. Žurnalistická etika je jakýsi soubor psaných i nepsaných norem, které se uplatňují v žurnalistice. V žurnalistické etice se střetává svoboda slova s ochranou soukromí, obecnou mírou vkusu a důstojností. S žurnalistickou etikou úzce souvisí reakce tisku na reality show. Na základě mnoha uveřejněných článků postupně vznikají otázky po společenském vkusu a po morálních zásadách.

V dnešní době je velice obtížné pracovat s fenoménem morálky. Hranice vkusu a zachování lidské důstojnosti se neustále mění a již nejsou tak pevné. Lidé již nechtějí být jakýmkoli způsobem omezováni a platí to především ve zprostředkování informací, tedy v oblasti médií. Ve společnosti (i v publiku) do jisté míry ještě stále platí kritéria dobrého/špatného, pravdivého/nepravdivého a krásného/ošklivého. Tato kritéria však postupně ustupují do pozadí a umožňují tak příchod novým kritériím. O nových kritériích také hovoří V. Flusser, který se domnívá, že klasická typologie kritérií (viz. dobrý, pravdivý atd.) není objektivní. Tato kritéria postupně ztrácejí smysl a jsou nahrazována kritérii novými. Publikum si žádá originalitu a autentičnost. A právě autentičnost je hlavním kritériem pro formát reality show. Divák by měl uvěřit, že tato show je skutečně reálná a že neobsahuje prvky fikce. Tato nová kritéria však často překračují nestálé hranice kontroverznosti.

6. 1. Kontroverznost reality show

Televize v současnosti nabízí širokou škálu reality formátů. Jedním z nich je i reality show. V souvislosti s těmito formáty se objevují otázky ohledně morálky a možných negativních účinků na diváky i účastníky pořadů.

Jak již bylo řečeno výše, pro formát reality show jsou charakteristická tabuizovaná témata. Účastníci reality show odrývají svá tajemství a umožňují divákům nahlédnout do svého nejintimnějšího soukromí. V porovnání s generacemi dřívějšími, je dnešní generace méně ostýchavá a zároveň více riskuje. V lidech se začínají probouzet známky voyeurismu a média jim dávají prostor ke zviditelnění se. Hlavními aktéry reality show jsou vesměs obyčejní

lidé. Média (především televize a internet) těmto lidem dávají naději na úspěch a kariéru a vytvářejí u nich představu, která postupně přechází v tzv. kult „hvězdy“. Obyčejný člověk se najednou může stát „hvězdou“ a to jen proto, že veřejnosti ukáže své nejintimnější stránky a zpeněží svůj životní příběh. Takový člověk se pak stává jakýmsi konzumním zbožím (*Konsumgut*)⁷⁶.

Výjimečnost reality show tkví v tom, že její účastníci přebírají role aktérů namísto profesionálních herců. Dochází tak k zesílení interakce mezi diváky a aktéry a právě tento fakt je v oblasti morálky velmi nebezpečný. Často se v reality show může divák setkat s opovrhováním lidskostí, nenávisť, škodolibostí a posměchem. Tyto jevy se začínají stávat součástí mediální zábavy a tudíž i běžnou součástí života většiny diváků. Jednou z možností negativního dopadu na publikum může být trivializace pochybných chování kandidátů (*Trivialisierung des fragwürdigen Verhaltens der Kandidaten*)⁷⁷. Divák se pak může domnívat, že „když to dělají druzí, můžu/musím to dělat také“ („*wenn andere das machen, kann/muss ich das auch machen*“)⁷⁸. V tomto ohledu není u dospělých osob nebezpečí tak vysoké jako u mladistvých. Dospělí již dokáží lépe rozlišit mezi špatným a dobrým, mají stabilnější osobnost a nepodléhají tolik vlivům okolí. Mladiství jsou často závislí na vzorech a modelech (sociálních rolích). Proto je nebezpečí u nich vyšší. Jedním z takových kontroverzních pořadů je např. již zmiňovaná reality show „I want a famous face“. Dospívající se díky tomuto pořadu mohou domnívat, že je naprosto normální libovolně měnit své tělo jen pro získání společenského uznání. Negativní dopad může mít reality show také na její účastníky. Zde se hovoří o tzv. syndromu mediální oběti (viz. níže).

Teprve v posledních letech, se především v zahraničí, etickými otázkami a problematikou reality show začíná zabývat vědecká veřejnost. Zajímavým příkladem je např. konference, která pravidelně jednou za dva roky probíhá

⁷⁶ Moukhina, Maria. *Fernsehen für den guten Geschmack?* [online]. Dostupný z <http://www.free-webspace.biz/medienseminar/realityformate/realityethik_2.html>

⁷⁷ Moukhina, Maria. *Fernsehen für den guten Geschmack?* [online]. Dostupný z <http://www.free-webspace.biz/medienseminar/realityformate/realityethik_2.html>

⁷⁸ Moukhina, Maria. *Fernsehen für den guten Geschmack?* [online]. Dostupný z <http://www.free-webspace.biz/medienseminar/realityformate/realityethik_2.html>

v německém Augsburgu. Poslední proběhla 14. září 2006 a nesla název *5. Augsburger Mediengespräche: „Doku-Soaps – seriöse Ratgeber oder doch nur Quotenbringer?“*⁷⁹ (5. Augsburské mediální rozmluvy: „Doku-Soaps – seriózní rádci, anebo skutečně jen přínos podílu na sledovanosti?“). Pro formát reality show byla přínosnější předchozí, tedy čtvrtá konference, která nesla název *„Fernsehen ohne Grenzen? – Extrem-Shows in der Diskussion“*⁸⁰ („Televize bez hranic? – Extrémní show v diskuzi“). Tato konference proběhla 16. září 2004. Hlavním tématem byl fakt, že je německá televize, především soukromé programové nabídky, přeplněna prvky cynismu a voyerismu a že se nenávisť, škodolibost a sadismus pro publikum staly pouhým faktorem zábavy. Konečným závěrem konference však bylo, že proti těmto formátům (reality formátům) nelze právně zakročit.

Problematika kontroverznosti reality show tak stále zůstává otevřeným tématem, které doslova láká k diskuzi.

7. Sociálně psychologický pohled na reality show

Jak již bylo řečeno výše, problematikou kontroverznosti reality show se zabývá především etika. Je však i řada psychologů (mezi nimi i např. Philip G. Zimbardo), kteří se pokouší analyzovat chování účastníků těchto show. V této diplomové práci jsem se rozhodla pro výběr dvou jevů, s kterými bylo experimentováno již v šedesátých a sedmdesátých letech v USA. Prvním jevem je míra poslušnosti k autoritě na základě Milgramových experimentů. Druhým je pak extrémní chování jedinců za specifických okolností. Tento jev bude popsán na základě Stanfordského vězeňského experimentu. Právě tyto jevy vzbuzují řadu otázek týkajících se formátu reality show. Zmiňované experimenty přinesly výsledky, které lze velice dobře aplikovat na formát reality show. Umožňují tak snadnější analýzu tohoto formátu. Pro názorný příklad jsem vybrala reality show typu „vila“. (viz kapitola 7. 3.)

⁷⁹ Zdroj: <<http://www2.augsburg.de/index.php?id=7108>>

⁸⁰ Moukhina, Maria. *Fernsehen ohne Grenzen?* [online]. Dostupný z <http://www.free-webspace.biz/medienseminar/realityformate/realityethik_1.html>

7. 1. Poslušnost k autoritě

Obecně se na poslušnost nahlíží jako na motiv sociálního chování. Konkrétněji pak jako na stav podřízenosti osob určité legitimní autoritě. Podle E. Aronsona spočívá poslušnost v tom, že se subjekt podrobuje, aby získal odměnu nebo se vyhnul trestu. Proto také existují různé druhy poslušnosti. Je to např. „*poslušnost dítěte raného věku svému rodiči, poslušnost některých vrahů z komunistických a nacistických koncentračních táborů*“⁸¹ či poslušnost zaměstnanců svému zaměstnavateli.

Autorita představuje druh moci. Ze sociálně psychického hlediska lze rozlišovat několik druhů moci. J. R. P. French a B. H. Raven rozlišují (M. Nakonečný, 1999):

1. moc expertní – vliv osob považovaných za experty
2. moc vzoru – vliv modelů v sociálním učení
3. moc legitimní – formální moc nadřízených
4. moc odměňovací – vliv udělovat odměny u osob, na nichž je subjekt emočně závislý
5. moc trestací – vliv trestat u osob, na nichž je subjekt emočně závislý

Moc jako taková souvisí se sociálními rolemi a vztahy mezi nimi. Představuje možnost mít vliv na chování druhých a na jejich kontrolování. Nástrojem kontroly je pak odměna či trest.

Existují faktory, které zvyšují pravděpodobnost, že budou osoby autoritu poslouchat. Prvním faktorem je podmínka, že norma poslušnosti vůči autoritě musí být dominantnější než jiné normy (než např. norma sociální odpovědnosti). V praxi to pak znamená, že je rozhodující, která z norem má větší převahu. Na jedné straně stojí poslušnost vůči autoritě a daný subjekt se cítí povinen autoritu uposlechnout. Na straně druhé však nemůže ignorovat normu sociální odpovědnosti, která např. vyvolává pocit, že někomu ubližuje. Dalším faktorem je převzetí odpovědnosti. Pokud autorita přejímá odpovědnost

⁸¹ Nakonečný, Milan: Sociální psychologie, Praha 1999 (Academia), s. 120, ISBN 80-200-0690-7

na sebe, zvyšuje se ve většině případů míra poslušnosti vůči ní. Jedná se pak o výroky typu: „*Já odpovědnost nenesu, protože mi to přikázali!*“⁸² Podobné argumenty jsou často pozorovány u soudních procesů s vojáky či důstojníky, kteří jsou k soudu předváděni za činy, na nichž se podíleli. V případě, že se subjekt domnívá, že nese plnou odpovědnost za své jednání, tendence k poslušnosti klesá. Dalším důležitým faktorem je legitimita. V první řadě se autorita stává legitimní díky typu oblečení. Je to jakýsi symbol legitimacy (např. uniforma, lékařský bílý plášť atd.). Důležitou roli hraje i samotná přítomnost legitimní osoby. Posledním faktorem je podle S. Milgrama fakt, že mají lidé celoživotní zkušenost, že za poslušnost autoritě budou odměněni a naučili se již autoritu považovat za důvěryhodnou a spolehlivou.

Všechny tyto faktory tedy přispívají ke zvýšení pravděpodobnosti, že určitá osoba autoritu uposlechne. Důležité je však také zmínit fakt, se nejedná o pravidlo. Stále existují lidé, kteří pokaždé příkazy autority neuposlechnou.

7. 1. 1. Stanley Milgram⁸³

Stanley Milgram, americký psycholog pocházející z New Yorku, se proslavil zejména svými výzkumy v oblasti sociální psychologie. Jeho práce jsou zaměřeny především na jev poslušnosti vůči autoritě. Světově známé jsou tzv. Milgramovy experimenty, které byly prováděny v letech 1961 – 1962 na Univerzitě v Yale. Výsledky experimentů byly šokující jak pro vědeckou, tak pro laickou veřejnost. Jeho výzkumná činnost je důležitá především proto, že ukazuje jakých krutostí se mohou jinak nenápadní a nenásilní lidé pod vlivem autority dopouštět (viz. níže). Výsledky pozorování S. Milgram sepsal do knihy *Obedience to Authority* (Poslušnost k autoritě).

⁸² Hewstone, Miles; Stroebe, Wolfgang: Sociální psychologie: Moderní učebnice sociální psychologie, Praha 2006 (Portál), s. 490, ISBN 80-7367-092-5

⁸³ Zdroj: <<http://www.stanleymilgram.com/milgram.php>>, <http://de.wikipedia.org/wiki/Stanley_Milgram>

7. 1. 2. Milgramovy experimenty

V letech 1961-1962 proběhla na Univerzitě v Yale v USA pod vedením psychologa Stanleyho Milgrama řada experimentů. Cílem těchto pokusů bylo zjistit do jaké míry je člověk ochoten podřídit se autoritě. Mluvíme o experimentech, ale ve skutečnosti se jedná o jeden experiment s mnoha variacemi.

Osoby pro tyto pokusy byly získány prostřednictvím inzerátu v místních novinách, v němž bylo uvedeno, že se jedná o experiment týkající se učení, a že je spojen s finanční odměnou (\$4.50). Každý účastník pokusu byl představen další „pokusné“ osobě, která ve skutečnosti byla pomocníkem experimentátora. Poté byli oba rozlosováni do rolí „učitel“ a „žák“. Losování bylo připraveno tak, že se skutečná pokusná osoba vždy stala učitelem a pomocník experimentátora žákem. Žák byl poté odveden do vedlejší místnosti a učitel mohl vidět, že byl posazen do křesla. Učitel byl posazen do místnosti s mikrofonom a reproduktorem a před sebou měl třicet tlačítek, označených 15V až 450V. K tlačítkům byly připojeny popisky jako např. lehký šok či těžká rána. Poslední dvě tlačítka byla označena XXX (jako životu nebezpečná). (M. Hewstone, W. Stroebe, 2006) Učitel byl poučen, že šoky budou žáka bolet, ale nebudou nebezpečné. Úkolem žáka bylo zapamatovat si slovní dvojice. Za každou špatnou odpověď mu učitel dal elektrický šok. S počtem špatných odpovědí postupně narůstala i intenzita šoků. Učitel slyšel žákovy výkřiky a nařikání. Ve skutečnosti však žák žádné elektrické šoky nedostával a výkřiky a nařikání bylo pouze improvizované. Při 300 Voltech žák zavolal, že už nebude odpovídat, ale experimentátor učiteli řekl, že mlčení se považuje za špatnou odpověď. Od 330ti Voltů učitel slyšel jen ticho. Spolu s učitelem seděl v místnosti i experimentátor, který ho vybízel k pokračování. Používal k tomu přesvědčujících vět jako:

„Prosím pokračujte!“

„Experiment vyžaduje, abyste pokračoval!“

„Je nezbytné, abyste pokračoval!“

„Nemáte jinou volbu, musíte pokračovat!“⁸⁴

Zásadní byly reakce pokusných osob („učitelů“). Následující tabulka ukazuje počet osob (z celkového počtu 40ti pokusných osob), které při určité výši napětí, experiment přerušily.

Tab. č. 1: Počet osob, které při určité výši napětí, experiment přerušily⁸⁵

Napětí (V)	Počet pokusných osob, které experiment přerušily
do 300 V	0
300 V	5
315 V	4
330 V	2
345 V	1
360 V	1
375 V	1
390 V až 435 V	0
450 V	26

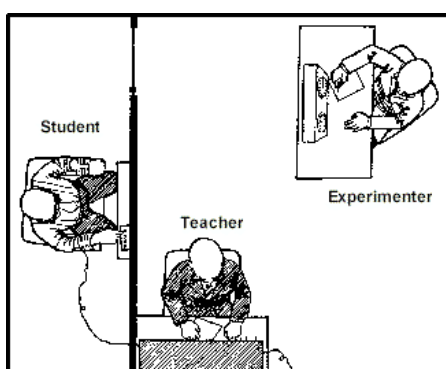
Výsledky experimentu prokázaly, že se lidé dokáží legitimní autoritě podřídit do takové míry, že jsou schopni způsobit druhé osobě bolest. 62,5% účastníků experimentu provádělo šoky až do nejvyšší intenzity. (M. Hewstone; W. Stroebe, 2006). Reakce pokusných osob byly většinou emotivní. Tito lidé se při experimentu začali více potit, někteří se třáslí, jiní koktali a většina z nich verbálně protestovala. I přes tyto známky psychického napětí však v experimentu pokračovali. Výraznou roli zde hrál i prvek anonymity. Osoby v rolích učitelů se více soustředily na experimentátora a snažily se výkřiky žáků spíše ignorovat. Tento fenomén nazval S. Milgram jako „naladění se na autoritu“ (*Einstimmung auf die Autorität*)⁸⁶. Po skončení experimentu byl pokusným osobám sdělen pravý cíl pokusu. Respondenti se částečně cítili oklamáni, ale zároveň cítili úlevu, že nikomu neublížili.

⁸⁴ Hewstone, Miles; Stroebe, Wolfgang: Sociální psychologie: Moderní učebnice sociální psychologie, Praha 2006 (Portál), s. 485, ISBN 80-7367-092-5

⁸⁵ Zdroj tabulky: <<http://de.wikipedia.org/wiki/Milgram-Experiment>>

⁸⁶ Die Milgram Experimente. In *Test & experiment/experiment: Beispiel* [online]. Dostupný z <<http://www.stangl-taller.at/TESTEXPERIMENT/experimentbspmilgram.html>>

Jak již bylo řečeno výše, tento experiment později proběhl ještě v několika různých variacích. Záměr byl však stejný. Po uplynutí jednoho roku byli respondenti obesláni dotazníkem, v němž měli vyjádřit postoj ke své účasti na tomto výzkumu. Většina reakcí byla vesměs kladná. S. Milgram byl často pro svůj experiment kritizován pro jeho neetičnost a klamání pokusných osob. Zároveň mu byla vytýkána vysoká psychická zátěž na účastníky pokusu. Na druhé straně jsou Milgramovy experimenty chápány jako důležitý prvek v analyzování lidského chování a jednání. Výsledky Milgramova zkoumání se samozřejmě dají aplikovat i na současnou společnost. Spolu se Stanfordským vězeňským experimentem (viz. kapitola 7. 2. 2.) pak např. osvětlují události v zajateckých táborech, počínání amerických vojáků ve vězení Abú Ghrajb a dokonce i často extrémní chování účastníků reality show.



Obr. č. 7: Uspořádání v Milgramově experimentu (žák, učitel, experimentátor)⁸⁷

7. 2. Extrémní chování jedinců za specifických okolností

Předmětem sociální psychologie je především zkoumání chování lidí na základě sociálních vlivů. Zkoumá tři základní složky sociálního chování: chování individuální, interpersonální a skupinové. Každá tato složka je ovlivňována různými okolnostmi a prostředím. Každý člověk, ať již jako individuum či člen skupiny, na okolnosti a prostředí reaguje. Tyto reakce jsou různé, často nečekané a šokující (viz. studie P. Zimbarda). Podle profesora Zimbarda mohou *sociální podmínky silně ovlivňovat to, jak cítíme, myslíme a*

⁸⁷ Zdroj obrázku: <http://www.betterlucktomorrow.com/character_sites/steve/pic/buzzer.jpg>

*jednáme, i když si jejich sotva patrný a všudypřítomný vliv většinou neuvědomujeme.*⁸⁸ Racionální a vyrovnaní lidé se za specifických okolností mohou chovat iracionálně, mohou být agresivní či mít jiné projevy změny chování.

7. 2. 1. Philip G. Zimbardo⁸⁹

Emeritní profesor Philips G. Zimbardo, pocházející z New Yorku, je světově uznávaným psychologem a odborníkem v oblasti sociálních věd. Působil na Univerzitě v Yale, New Yorku, dále na Kolumbijské univerzitě a od roku 1968 učí na Stanfordské univerzitě.

Profesor Zimbardo se proslavil především tzv. Stanfordským vězeňským experimentem (viz. níže). Tímto experimentem dokázal, že specifické okolnosti a situace mohou mít vliv na změnu v chování lidí. Předmětem jeho zkoumání však nebyl pouze tento příklad. Zkoumal sociální afiliaci⁹⁰, kognitivní disonanci⁹¹, přesvědčování a ovlivňování, šílenství, vandalismus, ovládání mysli druhých lidí, výzkumné užití hypnózy, časovou perspektivu a také téma nesmělosti. Zároveň je autorem mnoha studií a publikací mezi něž patří i světově známá učebnice základů psychologie *Psychology & Life* (Psychologie a život).

7. 2. 2. Stanfordský vězeňský experiment

V roce 1971 proběhl v USA ve státě Kalifornie na Stanfordské univerzitě velice zajímavý, avšak v mnohém kontroverzní psychologický experiment. Jeho iniciátorem byl profesor Philip G. Zimbardo spolu s týmem odborníků.

⁸⁸ Zimbardo, Philip G. Psychologie osvobození v době teroru. In *Proslov u příležitosti Ceny Nadace Dagmar a Václava Havlových VIZE 97* [online]. s. 3. Dostupný z <<http://www.vize.cz/download/laureat-Philip-G-Zimbardo-cz-proslov.pdf>>

⁸⁹ Zdroj: <<http://www.zimbardo.com/zimbardo.html>>, <<http://www.vize.cz/download/laureat-Philip-G-Zimbardo-cz-bio.pdf>>

⁹⁰ Afiliace – tvorba sociálních a citových kontaktů s druhými lidmi, která se projevuje příslušností ke skupině nebo členstvím v ní. (zdroj: Hartl, Pavel; Hartlová, Helena: Psychologický slovník, Praha 2000 (Portál), s. 20)

⁹¹ Kognitivní disonance – rozpor mezi vnějším chováním a vnitřním postojem. Tento rozpor je pociťován jako nepříjemný a vyvolává snahu uvést oboje do souladu. (zdroj: Hartl, Pavel; Hartlová, Helena: Psychologický slovník, Praha 2000 (Portál), s. 116)

Podnětem pro tento pokus bylo téma vězeňských vzpour. Zimbardo se zabýval otázkou, co prožívají vězni a dozorcí ve vězeních a proč se u nich projevují tak výrazné sklony k násilí. Jednalo se vesměs o obecnou otázku, zda agresivita a brutalita spíše závisí na psychických predispozicích, nebo zda je způsobena okolnostmi. Výsledky experimentu byly doslova šokující.

7. 2. 2. 1. Průběh experimentu

Aby bylo dosaženo vysoké věrohodnosti experimentu, musel být pokus proveden s detailní přesností. Jako pokusné osoby byli vybráni dobrovolníci (vysokoškolští studenti), kteří zareagovali na inzerát otištěný v novinách Palo Alto Times. Přihlásilo se přes sedmdesát dobrovolníků, kteří byli podrobena diagnostickým rozhovorům a testům osobnosti. Na základě těchto testů pak bylo vybráno 24 studentů z USA a Kanady. Jednalo se o psychicky vyrovnané, zdravé mladé muže, kteří neměli výrazné sklony k násilí. Finanční odměnou pro ně bylo \$15 denně. Podle původního plánu měl experiment trvat dva týdny. V podzemním prostoru Stanfordské univerzity byla postavena jakási maketa skutečného vězení. Dobrovolníci byli rozděleni na dozorce a vězně (12 dozorců, 12 vězňů). O přidělení role rozhodla volba hozenou mincí.

Dvanáct vězňů bylo simulovaným zatčením nejprve odvezeno na policejní stanici, kde jim byly odebrány otisky prstů a kde byla provedena kompletní identifikace. Poté byli se zavázanýma očima odvedeni do cely předběžného zadržení a následně pak převezeni do uměle vytvořeného vězení. Jako cely sloužily laboratorní místnosti bez oken, jejichž dveře byly nahrazeny speciálními dveřmi s ocelovými mřížemi a označeny byly čísly. Chodba simulovala vězeňský dvůr a součástí vězení byla i tzv. samotka. Na toalety byli vězni odváděni dozorcí. Celý prostor byl vybaven kamerami, které nepřetržitě natáčely dění v simulovaném vězení a jejichž záznam sloužil pro analýzu celého experimentu. Tato experimentální věznice měla i svá pravidla, která byla převzata z věznice Palo Alto. Mezi základní pravidla patřilo:

- vězeň musí být zticha v době odpočinku, po zhasnutí světel, v průběhu jídla a vždy, když je mimo prostory vězení
- vězni se musí oslovovat čísly
- vězni musí dozorce oslovovat „Mr. Correctional Officer“
- jakékoli pochybení v plnění pravidel může být potrestáno⁹²

Dobrovolníci v rolích dozorců byli předem instruováni co mají dělat a jak se mají chovat. Jejich úkolem bylo udržet si respekt, řád a pořádek ve vězení bez použití násilí. Bylo zcela v jejich kompetenci jaká si stanoví pravidla. Po příjezdu do experimentálního vězení, byli vězni svlečeni donaha a desinfikováni proti vším. Vlastní oblečení jim bylo odebráno a dostali „uniformy“, které připomínaly ženské šaty. Každá uniforma byla označena identifikačním číslem vězně. Zároveň byla každému na hlavu navlečena jakási čapka vytvořená z dámských nylonových punčocháčů, která měla simulovat ostříhané vlasy. Cílem tohoto postupu bylo navodit u vězňů pocit degradace, ponížení a v neposlední řadě také anonymity. Kolem pravého kotníku pak byl každému vězni připevněn uzamčený těžký řetěz. Dozorci byli vybaveni uniformou, píšalkou, policejním obuškem, pouty a zrcadlovými slunečními brýlemi. Byli rozděleni do skupin po třech a vždy po uplynutí osmi hodin se vystřídali ve službě. Každá cela byla vybavena třemi lůžky.

7. 2. 2. 2. Změny v chování vězňů a dozorců během experimentu

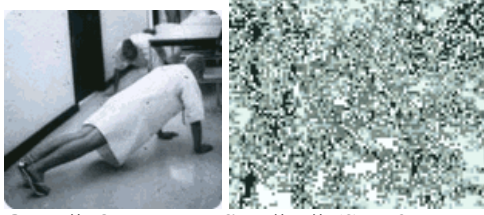
V počáteční fázi experimentu byly rozdíly mezi rolemi vězňů a dozorců nepatrné. Obě strany si uvědomovaly, že jsou součástí psychologického experimentu a podle toho se také chovaly. Všichni byli přesvědčeni, že se jedná o pouhou „hru“.

Zpočátku se především vězni ve svých projevech vyjadřovali naprosto svobodně s prvky provokace a arogance vůči dozorcům. Projevovali svou

⁹² *Stanfordský vězeňský experiment* [online]. Dostupný z http://cs.wikipedia.org/wiki/Stanfordsk%C3%BD_v%C4%9Bze%C5%88sk%C3%BD_experiment#Pravidla_a_podm.C3.ADnky

nezávislost a dozorcům se vysmívali. Druhý den experimentu dokonce došlo ke vzpouře vězňů, při které si strhli své degradující „čapky“ a identifikační čísla a pomocí postelí se zabarikádovali ve svých celách. Na reakcích dozorců byla pozorovatelná značná nervozita z neznámé situace. Zároveň však začali pociťovat vztek z výsměchu a arogantního chování vězňů. Potlačení vzpoury bylo rychlé a důrazné. Dozorci se chopili hasicích přístrojů umístěných v prostoru simulovaného vězení a jejich obsah vystříkali do cel. Poté odstranili z cel postele, vyvlekli postupně vězně na chodbu a vysvlékli je donaha. Vězni byli v tomto stavu naprostého ponížení opět uzamčeni do svých cel a vůdčí osobnost vzpoury byla umístěna na „samotku“. Tato situace vyvolala z psychologického hlediska velkou vlnu solidarity mezi všemi dozorci. Dozorci pod vlivem situace začali vytvářet nová pravidla, jejichž hlavním cílem mělo být zlomení vězeňské solidarity. Součástí této psychologické taktiky bylo např. stanovení tzv. cely privilegovaných. Vězňům této cely byly po vzpouře vráceny postele a oblečení a měli dočasně nejrůznější výhody. Po uplynutí několika hodin byli vězni z privilegované cely opět promícháni mezi ostatní vězně. Vznikl tak pocit nedůvěry, který znamenal začátek rozpadu vězeňské soudržnosti. Tato psychická manipulace s vězni nakonec vedla k jejich naprosté rezignaci na jakékoli projevy nezávislosti. Po těchto událostech obě strany, dozorcí i vězni, podlehlí představě, že se již nejedná o pouhý experiment, ale o skutečnost.

Ze stran dozorců docházelo ke stále častějšímu a krutějšímu trestání vězňů. Dozorci jevíli známky pocitu neomezené nadvlády a násilné útoky proti vězňům se stále stupňovaly. Častým trestem byly např. kliky. Zde profesor Zimbardo upozorňuje na výraznou podobnost zde použitých trestů s tresty v koncentračních táborech.



Obr. č. 8: Fotografie vězně (Stanfordský experiment) a kresba vězně z koncentračního tábora⁹³

Nedá se však říci, že by všichni dozorcí propadli pocitu nadvlády. V průběhu experimentu vznikly tři pomyslné skupiny dozorců. V první skupině byli dozorcí, u kterých se dala pozorovat jistá náklonnost k vězňům. Tito také nikdy nepoužili fyzických trestů. Druhou skupinu tvořili dozorcí, kteří si zachovávali chladný odstup a profesionalitu. Byli přísní, ale dodržovali pravidla. Poslední skupinu tvořili nepřátelští dozorcí, kteří vůči vězňům používali psychického i fyzického týrání. Tito dozorcí plně podleli pocitu absolutní moci.

Důsledkem psychického a fyzického týrání došlo k emocionálnímu zhroucení převážné většiny vězňů. Vězni upadali do hlubokých depresí a u jednoho se dokonce objevila psychosomatická vyrážka. Došlo u nich k dočasnému rozkladu osobnosti a na základě toho, k naprostému rozkladu skupinové pospolitosti. Po šesti dnech musel být experiment zastaven.⁹⁴

7. 2. 2. 3. Výsledky experimentu a následná kritika

Experiment byl ukončen ze dvou důvodů. Prvním důvodem byly videozáznamy z nočních hodin, kdy se dozorcí domnívali, že nejsou sledováni. Na těchto záznamech jsou záběry, které ukazují fyzické týrání vězňů hraničící až se sadismem a dokonce odhalují i sexuální týrání. Druhým důvodem předčasného ukončení experimentu byl příchod profesorky Christiny Maslachové, současné manželky profesora Zimbarda. Profesorka Maslachová jako první upozornila na nemorálnost celého pokusu. Její reakcí bylo naprosté zděšení ze žalostného psychického a fyzického stavu vězňů.

Závěrem celého experimentu byl fakt, že absolutní moc nad jinými lidmi

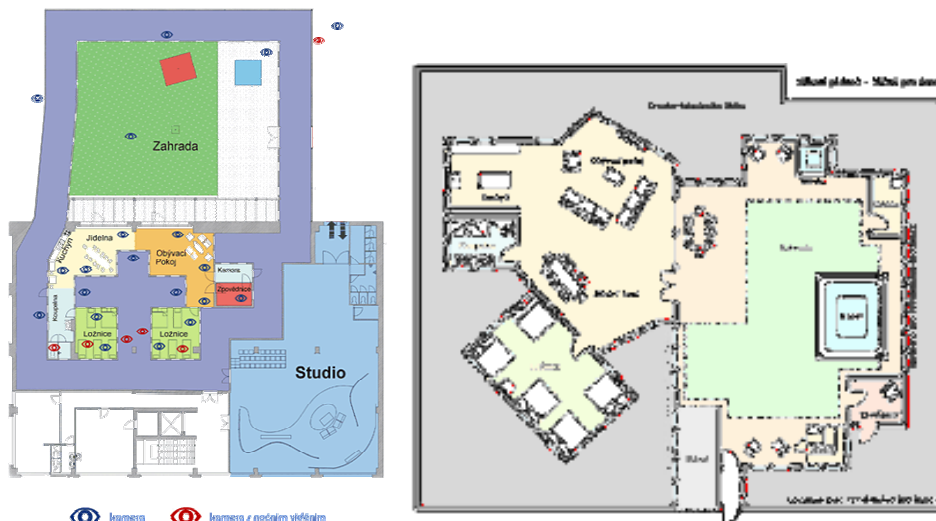
⁹³ Zdroj obrázků: <<http://www.prisonexp.org/german/slide15g.htm>>

⁹⁴ Celý experiment byl fotograficky dokumentován. (viz. Přílohy)

bez morálních zábran nebo bez dozoru, může z normálních lidí udělat až zvrhlé sadisty. Tomuto faktu přispívá i kombinace dvou jevů: odosobnění a odlidštění. Klíčovou roli pak hrají specifické okolnosti, jakými může být např. uzavřený prostor a pocit ztráty svobody. Tento experiment ukázal, že se zdravý a psychicky vyrovnaný člověk, je-li vystaven extrémním podmínkám, může ve velmi krátké době radikálně změnit. Výsledky experimentu nejprve šokovaly odbornou obec, záhy na to širokou veřejnost. V několika věznicích v USA dokonce vyvolaly vězeňské stávkové a vzpoury. Začalo se opět diskutovat o podmínkách ve věznicích. Profesor Zimbardo byl často za tento projekt kritizován. Bylo mu vyčítáno, že svými závěry odebírá lidem zodpovědnost za jejich jednání a experiment byl opakovaně označen za neetický a nehumánní. Pro budoucí dění byl však velmi poučný. Na základě tohoto experimentu lze analyzovat např. chování amerických vojáků k iráckým zajatcům ve vězení Abú Ghrajb. Díky jeho výsledkům můžeme ale i lépe chápat náhlý obrat v chování člověka, který se ocitne v extrémní situaci, která se může objevit i na televizní obrazovce např. jako záběr z reality show. Skrývá se v nich odpověď na otázku, proč se ve formátu reality show tak často setkáváme s násilím a proč lidé zavření do tzv. vil (viz. pořad Big Brother či VyVolení) reagují vesměs nepřiměřeně.

7. 3. Počínání soutěžících v reality show typu „vila“

Hovoříme-li o pojmu „vila“ v souvislosti s reality show, máme na mysli (zůstáváme-li v podmínkách České republiky) pořad Big Brother či VyVolení. Základním prvkem těchto pořadů je obytný prostor, do kterého jsou soutěžící umístěni, a který nesmí po určité době opustit. Tento obytný prostor je obvykle řešen jako vila se zahradou.



Obr. č. 9: Půdorys "vily" (Big Brother, VyVolení)⁹⁵

Všechny místnosti jsou řešeny jako prostory klasického obydlí a simulují soutěžícím jakýsi dočasný „domov“. Vila je vybavena kamerami, které nepřetržitě monitorují dění v celém prostoru. Některé kamery jsou skryté, jiné jsou viditelné.

Vila reálný domov skutečně pouze simuluje. Do tohoto uměle vytvořeného prostředí je umístěno obvykle 12-15 soutěžících. Již tento nemalý počet obyvatel zaručuje vyšší pravděpodobnost vzniku konfliktů. Soutěžící jsou vybíráni na základě castingu a obvykle jsou vybrány výrazné typy osobností. Do tohoto obytného prostoru je tak často uzavřen větší počet dominantních osob, které si pak vesměs konkurují. Soutěžící si postupně vytvářejí nové sociální role, které jsou omezeny pobytem ve vile. Na začátku nejsou tyto role tak patrné. Ve větším počtu soutěžících působí spíše jako skupina, než jako jednotlivci. Divák je však již od začátku instruován tak, aby soutěžící vnímal jako jednotlivce. Na základě toho také tento typ reality show funguje. Diváci rozhodují o tom, zda účastník reality show vypadne, či zda zůstane. Počet „hráčů“ se tedy postupně snižuje a důsledkem toho se zvýrazňují nově vytvořené sociální role soutěžících. Setkáváme se zde s typem vůdčí osobnosti, který se snaží prosadit své názory. Takový hráč se často dostává do střetu

⁹⁵ Zdroje obrázků: <http://www.nova.cz/nova/data/home_page/bb_house/dum.gif>, <<http://vyvoleni.kategorie.cz/vila.gif>>

zájmů (především tehdy, je-li v blízkosti vůdčí konkurence). Dále se setkáváme s hráči, kteří se snaží udržet dobrou náladu a cíleně vymýšlejí zábavu pro diváky. Či s hráči, kteří se drží spíše stranou a vyhýbají se jakýmkoli konfliktům. Často si soutěžící (ať již vědomě, či nevědomě) tuto novou roli vytvářejí jako masku, díky níž chtějí skrýt své skutečné já, a která má tudíž obrannou funkci.

Soutěžícím jsou stanovena pravidla, podle kterých by se měli řídit. Zároveň jim jsou po dobu jejich pobytu zadávány úkoly. Při porušení pravidel či úmyslném nesplnění úkolu dostávají soutěžící tresty. Celý systém trestů je vystavěn na autoritě televizního štábu. Tento štáb je často vnímán jako nástroj neomezené (i když dočasné) moci. Štáb vymýšlí pravidla, úkoly i tresty. Ve výjimečných případech si úkoly a tresty vymýšlejí soutěžící sami. Hlavním cílem zadávání úkolů je vytvořit zajímavější a efektivnější záběry pro diváky. Úkoly mají soutěžící ale zároveň zabavit a zaměstnat. Většina těchto úkolů je však nereálná a v běžném životě by se s nimi soutěžící nesečkali. Tento fakt je také jedním z mnoha argumentů, které dokazují, že formáty reality show s realitou příliš společného nemají. Autorita televizního štábu je pro soutěžící tvořena formou nepřímou (hlas Velkého Bratra či obálky s úkoly ve vile VyVolených). To je také jeden z důvodů častého neuposlechnutí úkolu soutěžícími. Jak již bylo řečeno výše, Milgramovy experimenty dokázaly, že právě fyzická přítomnost legitimní autority zvyšuje pravděpodobnost poslušnosti vůči této autoritě. Při neuposlechnutí následuje trest. Trestem v reality show tohoto typu může být např. omezení přísunu cigaret či alkoholu, v některých případech i jídla. Trestem nesmí být fyzické týrání. I přes tento fakt je však řada trestů, které jsou velice sporné a které často opovrhují lidskou důstojností. Konkrétním příkladem může být situace, kdy byla soutěžící donucena se svléknout donaha a proti své vůli se veřejně procházet před spolubydlícími a kamerami (VyVolení 1). Tato strategie v mnohém připomíná praktiky dozorců ve výše popisovaném Stanfordském vězeňském experimentu. Taktéž i v reality show se setkáváme s jevy degradace a ponížení. Z tohoto důvodu je poměrně často Stanfordský experiment aplikován na pořady formátu

reality show. Sám profesor Zimbardo v rozhovoru pro týdeník Reflex uvedl, že jedním z důvodů vysoké sledovanosti reality show je právě záliba ve sledování ponižování druhých. Říká, že diváky *za prvé přitahuje vidět ponižení druhých a za druhé je to nutí klást si otázky, jak by se v podobné situaci zachovali oni sami. Byli by také ochotni se nechat takhle ponižit? Nechali by se vyprovokovat k urážkám, případně fyzickým útokům na druhou osobu? To jsou otázky, jaké si lze při sledování reality shows klást.*⁹⁶ Na rozdíl od vězňů mohou účastníci reality show svobodněji vyjadřovat svůj názor. Proto také velice často dochází v prostoru vily k nejrůznějším konfliktům (od slovních napadení až po fyzické útoky a ničení interiéru vily). Na soutěžící obvykle doléhá stres z izolace a někteří upadají do deprese. Tyto stavy se v mnohých případech ještě prohlubují po odchodu z vily (viz. kapitola 7. 4.).

Formát reality show je zajímavým materiálem pro studium sociálních a psychických jevů. Chybí v něm však analytický prvek, který by divákům objasňoval extrémní projevy v chování soutěžících. Profesor Zimbardo v již citovaném rozhovoru navrhuje, že by tímto analytickým prvkem měl být psycholog. Ten by divákům *vysvětlil, co které jednání znamená, upozornil na motivace a důsledky určitých typů chování, zaměřil pozornost třeba na gesta či oční kontakt.*⁹⁷ Bez sociálně psychologické analýzy je proto většina kontroverzních situací v reality show veřejně vnímána jako neetická a vulgární forma zábavy.

7. 4. Důsledky mediální popularity, aneb syndrom mediální oběti

Jaké však může mít tato forma zábavy důsledky pro samotné účinkující? Soutěžící jsou nepřetržitě monitorováni, a to i na místech jako je např. sprchový kout. Jejich soukromý život se stává veřejným a intimita se stává pouhým předmětem zábavy. Pravidelně se jejich tváře a jména objevují na stránkách deníků, na televizních obrazovkách a na internetu. Po dobu jejich

⁹⁶ Dědek, Honza. *Nevlastní otec reality show* [online]. Dostupný z <<http://www.reflex.cz/Clanek21412.html>>

⁹⁷ Dědek, Honza. *Nevlastní otec reality show* [online]. Dostupný z <<http://www.reflex.cz/Clanek21412.html>>

pobytu ve vile jsou však izolováni od tohoto mediálního dění a neuvědomují si, do jaké míry se stali nástrojem reality show. V momentě, kdy se vrací zpět do běžného života a kdy opouštějí izolaci, se vše mění.

Problematikou negativních důsledků mediální popularity se zabývá švýcarský psychiatr, psychoterapeut, psychoanalytik a docent na Univerzitě v Zürichu, Dr. Mario Gmür. Mediální veřejnost stále více ovlivňuje naše emocionální a sociální bytí. V důsledku potřeby mediálního zviditelnění, vzniká podle Gmüra u většiny účinkujících tzv. syndrom mediální oběti (*Medienopfersyndrom*)⁹⁸. Ve své praxi se Dr. Gmür specializuje především na lidi, kteří se ať již dobrovolně či nedobrovolně, stali oběťmi tzv. mediálního honu a trpí syndromem mediální oběti. Co však tento pojem znamená? Tento pojem je definován jako souhrn psychických důsledků, které může u mediálně známé osoby vyvolat agresivní nebo blamující publicistika. Existují různé variace tohoto syndromu. Dr. Gmür rozlišuje pět kategorií mediálních obětí:

1. Oběti paparazziů (*Paparazzi-Opfer*) – cílem paparazziů jsou mimořádné fotografie zobrazující soukromí fotografovaných osob.
2. Oběti outingu (*Outing-Opfer*) – jedná se o osoby, jejichž např. sexuální či finanční tajemství byla odhalena prostřednictvím médií (publicistiky).
3. Oběti lží a falešného znázorňování (*Lügen- und Falschdarstellungsoffer*) – osoby, které jsou v médiích prezentovány na základě lží a výmyslů.
4. Oběti tribunalizace (*Tribunalisierungsoffer*) – osoby, jejichž soukromý život se stal veřejným a je doslova vystavován na odív veřejnosti.
5. Oběti instrumentalizace (*Instrumentalisierungsoffer*) – do této kategorie spadají osoby, které jsou prostřednictvím médií využity pro určitý koncept a poté jsou opět vráceny do běžného života.

⁹⁸ Moukhina, Maria. *Vom Nobody zum Medienstar und zurück*. [online]. Dostupný z <http://www.free-webspace.biz/medienseminar/realityformate/realityethik_3.html>

K obětem instrumentalizace patří i účastníci reality show. Tito lidé se na určitou dobu stávají dobrovolně jakýmsi nástrojem televizní zábavy. Po uplynutí této doby se opět vracejí ke svým běžným, průměrným životům. Profesor Zimbardo vidí negativní dopad na soutěžící především v tom, že by po prožití takovéto zkušenosti mohli mít problémy s návratem do normálního života. *Je docela dobře možné, že budou všední realitu nenávidět, protože pro ně bude najednou příliš nudná.*⁹⁹ Dr. Gmür se také přiklání k názoru, že je pro soutěžící těžký především návrat do všední reality. Existují dvě možnosti návratu. První možností je, že soutěžící opustí svou nově získanou sociální roli a vrátí se k běžnému stylu života. Druhou možností je pak částečně si ponechat svou novou roli a zůstat součástí mediálního dění. Je však otázkou do jaké míry je soutěžící schopen se v tomto dění udržet. Takový člověk se obvykle stává závislým na veřejném mínění. A pokud se mu nedostává mediálních nabídek, jeho psychický stav se horší. Projevy syndromu mediální oběti jsou nejčastěji deprese, úzkost a strach z tzv. společenské smrti (strach z nezájmu veřejnosti). Oběti instrumentalizace mají často pocit, že nejsou v takovém stavu, ve kterém by mohli zvládnout vlastní život.

Média hrají v současné době ve společnosti velice důležitou roli. Nově vznikající formáty ovlivňují diváky i samotné účinkující. Tento vliv je však vesměs ve formě negativních účinků¹⁰⁰, které nelze podceňovat. I v této formě televizní zábavy lze najít prvky z výše popsaných psychologických experimentů a to je vskutku alarmující fakt. Pokud spojíme prvky autority, moci a poslušnosti lze najít zároveň paralelu k programujícímu totalitarismu V. Flussera.

⁹⁹ Dědek, Honza. *Nevlastní otec reality show* [online]. Dostupný z <<http://www.reflex.cz/Clanek21412.html>>

¹⁰⁰ Vliv může být např. pro samotné účinkující také pozitivní. Reality show jim může např. pomoci prosadit se ve světě „šoubysny“, nebo může posloužit jako životní zkušenost. Takových možností je patrně více. Já se však domnívám, že se dříve či později u většiny účastníků těchto show, objeví příznaky syndromu mediální oběti.

8. Závěr

Diplomová práce na téma „Reality show – Televizní formát reality show optikou konceptu Viléma Flussera a sociálně psychologických experimentů“ je teoretickou studií zpracovávající problematiku televizního formátu reality show. Jejím cílem bylo alespoň částečně definovat tento nový formát televizní zábavy a aplikovat na něj vybrané myšlenky z filosofie technických obrazů Viléma Flussera. Práce je zároveň doplněna příklady dvou psychologických experimentů, jejichž výsledky lze taktéž aplikovat na formát reality show.

Reality show je jedna z forem tzv. hybridních formátů (také reality formátů). Vznikla míšením různých žánrových prvků a představuje nové ztvárnění televizní zábavy, jejímž hlavním kritériem je autentičnost. Existují různé kombinované formy a druhy reality show a to je také jeden z hlavních důvodů, proč je tento formát obtížně definovatelný a zařaditelný. Zvláštním druhem je např. reality show typu „vila“, která si získala popularitu na celém světě. Právě tento druh reality show velice často vyvolává diskuze na téma etičnosti a morálních hranic televizní zábavy. Soutěžící se často pod vlivem specifických okolností, jako je např. uzavřený prostor a izolace od reálného života, dostávají do konfliktních situací a jednají iracionálně. Výsledky Stanfordského vězeňského experimentu dokazují, že pokud je zdravý a psychicky vyrovnaný člověk vystaven extrémním podmínkám, může se ve velmi krátké době radikálně změnit. Tato dočasná změna se může projevit např. agresivním chováním a vulgárními projevy. Ve většině případů se však jedná pouze o reakci na specifické okolnosti. Problém nastává v interpretaci takového chování účastníka reality show. Tomuto formátu chybí citelně analytický prvek (např. psycholog), který by divákům takové chování objasnil. Publikum (včetně reagujících médií) má bez tohoto prvku poměrně zkreslený pohled na účinkující a ti jsou poté často kritizováni. Tato kritika (také mediální) může mít u účinkujících později za následek tzv. syndrom mediální oběti.

Samotný formát reality show divákům předkládá fiktivní obraz skutečnosti. Jako jedna z forem technických obrazů projektuje pouze „otisk skutečnosti“ a

jako produkt předem naprogramovaného aparátu podle V. Flussera svým plošným vysíláním programuje celou společnost. Ta tuto skutečnost přijímá vesměs nekriticky. Zde V. Flusser vidí nebezpečí vzniku utopické společnosti, která bude plně manipulovatelná, a následný vznik aparátového totalitarismu. Domnívám se, že je tato idea již sama o sobě příliš utopická, nelze si však nevšimnout rostoucího vlivu médií na publikum. V tomto ohledu Flusser pouze „nestraší“, avšak varuje.

Reality show je fenomén, který vyvolal novou éru pořadů v rámci televizní zábavy. Díky němu vzniknou jistě další nové formáty, které opět budou znamenat další posun. Zůstává však otázka, zda je tento posun směrem kupředu, či zda se vracíme zpět. Vektor významu se již jednou obrátil. Proč by se tedy nemohl obrátit zpět?

Shrnutí

Tato práce se věnuje mediálnímu formátu reality show. Její součástí je zároveň obecné rozpracování tématu filosofie technických obrazů Viléma Flussera a prezentace dvou sociálně psychologických experimentů.

Cílem této práce bylo představit formát reality show z teoretického hlediska, aplikovat některé z Flusserových myšlenek a tezí na tento formát a poukázat tak na jeho fiktivnost. Reality show je v médiích prezentována jako druh televizní zábavy, který zaznamenává a následně projektuje realitu jako takovou. Ve skutečnosti je to ale pouze další mediální formát, který je vytvořen na základě fiktivního scénáře. Hlavní protagonisté však nejsou herci, ale obyčejní lidé. Některé pořady se odehrávají v prostředí simulovaném, jiné v prostředí reálném. To jsou také hlavní znaky autenticity, které s sebou reality show nese. Publikum proto tento formát ve většině případů vnímá jako skutečný. V. Flusser fakt nekritického postoje publika k technickým obrazům (tedy přeneseně i k reality show) považuje za nebezpečný. Toto nebezpečí vidí hlavně v možnosti manipulace s publikem. Díky nekritickému postoji, lze publikum podle Flussera libovolně programovat. Tuto myšlenku V. Flusser rozvíjí až do představy utopické společnosti a aparátového totalitarismu.

V této práci jsem také došla k závěru, že nejen publikum je manipulovatelné. Sami účastníci reality show se na určitou dobu stávají jakýmsi instrumentem tvůrců reality show. Jejich úkolem v rámci pořadu je podřídit se autoritě, která do jisté míry ovlivňuje průběh pořadu. Zároveň jsou účastníci mnohých reality show umístěni do simulovaného prostředí, které může mít vliv na jejich chování. V souvislosti s tímto zjištěním uvádím již zmiňované příklady psychologických experimentů – Milgramovy experimenty a Stanfordský vězeňský experiment.

Tato diplomová práce má podobu teoretické studie a představuje základní zpracování problematiky formátu reality show.

Summary

This graduation work looks into the media format of the reality show. Part of this work is formed by overall elaboration of the topic of Vilém Flusser's philosophy of technical pictures and presentation of two social-psychological experiments.

The objective of this work was to theoretically introduce the reality show format, to apply some of Flusser's thoughts and theses on this format and therefore point out its fictitiousness. Reality show is presented by media as a kind of TV entertainment that records and consequently projects reality as such. In reality it is only another media format based on a fictitious script. The main protagonists, however, are not actors but common people. Some shows are situated in a simulated setting, some in a real environment. These are also the main features of authenticity that the reality show presents. This of course, helps the audience to perceive this format as real. V. Flusser considers the reality of the audience's non-critical perception of technical pictures (therefore also of reality show) as dangerous. He sees this danger mainly in the possibility to manipulate the audience. Due to a non-critical approach, the audience can be programmed as wished, Flusser suggests. Flusser also, expands this idea into a situation with a utopian society and a bureaucratic totalitarianism.

In this work, I have also concluded that not only the audience can be manipulated. The participants of a reality show can become, for a certain period, a kind of tool of reality show creators. Their task is to, in the show; obey the authority, which up to a certain extent influences the course of the show. Simultaneously the participants of reality shows are placed into a simulated environment that could influence their behaviour. In connection with this finding I mention some of the examples of psychological experiments – Milgram's experiments and the Stanford jail experiment.

This diploma work has the format of a theoretical study and introduces a basic understanding of the reality show's format problems.

Použité zdroje

Literatura:

- Burton, Graeme; Jiráček, Jan: Úvod do studia médií, Brno 2001 (Barrister & Principal), ISBN 80-85947-67-6
- Flusser, Vilém: Do universa technických obrazů, Praha 2001 (Nakladatelství a vydavatelství OSVU), ISBN 80-238-7569-8
- Flusser, Vilém: Moc obrazu: výbor filosofických textů z 80. a 90. let, Praha 1996 (Občanské sdružení pro podporu výtvarného umění)
- Flusser, Vilém: Za filosofii fotografie, Praha 1994 (Hynek), ISBN 80-85906-04-X
- Hartl, Pavel; Hartlová, Helena: Psychologický slovník, Praha 2000 (Portál), ISBN 80-7178-303-X
- Hewstone, Miles; Stroebe, Wolfgang: Sociální psychologie: Moderní učebnice sociální psychologie, Praha 2006 (Portál), ISBN 80-7367-092-5
- Jiráček, Jan; Köpplová, Barbora: Média a společnost: Stručný úvod do studia médií a mediální komunikace, Praha 2003 (Portál), ISBN 80-7178-697-7
- Kuncznik, Michael: Základy masové komunikace, Praha 1995 (Karolinum), ISBN 80-7184-134-X
- McQuail, Denis: Úvod do teorie masové komunikace, Praha 2002 (Portál), ISBN 80-7178-714-0
- Nakonečný, Milan: Sociální psychologie, Praha 1999 (Academia), ISBN 80-200-0690-7
- Prokop, Ulrike; Jansen, Mechtild M.: Doku-Soap, Reality-TV, Affekt-Talkshow, Fantasy-Rollenspiele: Neue Sozialisationsagenturen im Jugendalter, Marburg 2006 (Tectum Verlag), ISBN 3-8288-9126-8
- Reifová, Irena a kol.: Slovník mediální komunikace, Praha 2004 (Portál), ISBN 80-7178-96-7
- Rejman, L.: Slovník cizích slov, Praha 1971 (Státní pedagogické nakladatelství)
- Universum: Všeobecná encyklopedie (6.díl / Mb – Op), Praha 2001 (Odeon), ISBN 80-207-1068-X

Internetové odkazy:

<http://ano.nova.cz/>

<http://reality-show.panacek.com/>

<http://www2.augsburg.de/>

<http://www.blisty.cz/>

<http://www.equivalence.com/>

http://www.free-webspace.biz/medienseminar/realityformate/realityformate_start.html

<http://www.iprima.cz/>

<http://www.mediashow.cz/>

<http://www.mtv.com/>

http://www.nbc.com/Fear_Factor/index.shtml

<http://www.new-life.net/milgram.htm>

<http://www.nova.cz/>

<http://www.phil.muni.cz/>

<http://www.prisonexp.org/german/indexg.htm>

<http://www.reflex.cz/>

<http://www.rozhlas.cz/odhaleni/portal/>

<http://www.stangl-taller.at/TESTEXPERIMENT/experimentbspmilgram.html>

<http://www.stanleymilgram.com/>

<http://www.uvdt.cz/>

<http://www.vize.cz/>

<http://www.zimbardo.com/>

Přílohy

Vilém Flusser a filosofie obrazu

(Kapitola 2. 7. Aparátový totalitarismus)

Andreas Müller-Pohle (ukázky fotografií):



Obr. č. 10: Perlasca Pictures (Madrid),
1992



Obr. č. 13: Guagua Trips, 1999



Obr. č. 11: Guagua Trips, 1999



Obr. č. 14: Transformance (Göttingen),
1980



Obr. č. 12: Perlasca Pictures (Budapest),
1992

Zdroj obrázků: <http://www.equivalence.com/labor/lab_mp_pro.shtml>

Nové formáty televizních pořadů

(Kapitola 3. 3. 1. 2. Extrémní formáty reality show)

Reality show „I want a famous face“:



Obr. č. 15



Obr. č. 18



Obr. č. 16



Obr. č. 19



Obr. č. 17



Obr. č. 20

Zdroj obrázků: <<http://www.mtv.de/face/index.php>>

Sociálně psychologický pohled na reality show

(Kapitola 7. 2. 2. Stanfordský vězeňský experiment)

Vězni a dozorcí:



Obr. č. 21



Obr. č. 25



Obr. č. 22



Obr. č. 26



Obr. č. 23



Obr. č. 27



Obr. č. 24



Obr. č. 28

Zdroj obrázků: <<http://www.prisonexp.org/german/indexg.htm>>