

**Západočeská univerzita v Plzni**

**Filozofická fakulta**

**Bakalářská práce**

**„Ti druzí“ z pohledu cestopisných cyklů České  
televize**

**Anna Becková**

Plzeň 2012

**Západočeská univerzita v Plzni**

**Fakulta filozofická**

Katedra antropologie

**Studijní program Antropologie**

**Studijní obor Sociální a kulturní antropologie**

**Bakalářská práce**

**„Ti druzí“ z pohledu cestopisných cyklů České  
televize**

**Anna Becková**

*Vedoucí práce:*

Mgr. Tomáš Hirt, Ph.D.

Katedra antropologie

Fakulta filozofická Západočeské univerzity v Plzni

Plzeň 2012

Prohlašuji, že jsem práci zpracovala samostatně a použila jen uvedených pramenů a literatury.

*Plzeň, Duben 2012*

.....

## **Poděkování**

Tímto bych chtěla poděkovat vedoucímu mé bakalářské práce Mgr. Tomáši Hirtovi PhD. za cenné rady, režisérce a scénáristce Lucii Králové za možnost spolupráce na výzkumu a Lence Beckové za morální podporu.

# OBSAH

<b>1 ÚVOD.....</b>	<b>7</b>
<b>2 FILM – NÁSTROJ SPOLEČNOSTI .....</b>	<b>9</b>
<b>2.1 Médium poznání .....</b>	<b>11</b>
2.1.1 Dokumentární analýza .....	11
2.1.2 Institucionální moc .....	13
2.1.3 Mediální produkt .....	13
<b>3 STEREOTYPY .....</b>	<b>15</b>
<b>3.1 „Primitivní společnost“ .....</b>	<b>16</b>
3.1.1 Mýtus ušlechtilého divocha .....	17
3.1.2 „Primitiv“ jako fiktivní iluze .....	18
<b>3.2 Orientalismus .....</b>	<b>19</b>
<b>3.3 Turista jako divák .....</b>	<b>20</b>
<b>4 METODOLOGIE .....</b>	<b>24</b>
<b>4.1 Postup vytváření zkoumaného vzorku.....</b>	<b>25</b>
<b>5 ANALÝZA DOKUMENTU .....</b>	<b>28</b>
<b>5.1 „Hlas dokumentu“ .....</b>	<b>28</b>
<b>5.2 „Locals“ .....</b>	<b>30</b>
5.2.1 „Noble versus savage“ .....	32
<b>5.3 My – Evropané .....</b>	<b>33</b>
5.3.1 Turista .....	34
<b>5.4 Prostředí.....</b>	<b>35</b>

<b>5.5</b>	<b>Shrnutí alias „ideální díl“ .....</b>	<b>36</b>
<b>6</b>	<b>ZÁVĚR.....</b>	<b>38</b>
<b>7</b>	<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY A PRAMENŮ .....</b>	<b>40</b>
<b>8</b>	<b>RESUMÉ.....</b>	<b>44</b>
<b>9</b>	<b>PŘÍLOHY .....</b>	<b>45</b>

## 1 ÚVOD

V dnešním světě je přítomnost médií a zejména televize spojená s každodenním životem. Sledování jak domácích tak zahraničních zpráv, pořadů a seriálů je naprosto běžnou a dostupnou záležitostí. Denně můžeme vidět mnoho filmů z různých koutů světa a nahlédnout tak do zemí vzdálených a cizích. Jsou nám takto předkládány různé perspektivy pohledů skrze něž můžeme vidět náš svět. Jedna z těchto perspektiv je zkoumána v této práci – pohled na Indonésii skrze cestovatelské cykly České televize.

Globální mediální síť je tvořená tokem různých informací, Appadurai toto nazývá „*mediascape*“, přičemž odkazuje k různým tokům nejen elektronických možností, ale i k šíření informací skrze noviny, magazíny, televizi (Appadurai 2003: 35). Podstatné je, že skrze svou formu (televizní, filmovou, dokumentární) vytvářejí pro své diváky obrovský a komplexní repertoár obrazů a příběhů, jejichž linie mezi realitou a fikcí se smazává (Appadurai 2003: 35). Informace, jež nám jsou podávány, mnohdy neodpovídají žitému světu tamní společnosti, ale spíše nám srozumitelným vzorcům zobrazení „těch druhých“. V takovém případě upřednostňujeme specifická zobrazení promítající naše představy o ne-evropských společnostech. Takto sdílené a preferované motivy budu sledovat na audiovizuálním zobrazení Indonésie v jednotlivých epizodách cestopisů..

Pomocí kvalitativní obsahové analýzy je mým cílem rozkrýt tyto preferované dominantní znaky a představy, jež jsou Českou televizí jako mediální institucí reprezentovány v cestopisných cyklech. Jednotlivé epizody tak zapadají do určitých konvencí zobrazení v rámci cyklů – jsou mediálním produktem, jež svým zpracováním odpovídá na požadavky svých zadavatelů. Témata nabízených obsahů se tak opakují, aby zapadla do konvenční podoby známé jak podavatelům - médiím, tak příjemcům - publiku (Burton, Jiráček 2001: 165 – 166). Vycházím tedy z předpokladu, že audiovizuální materiál je složen z různých stereotypních představ, které reflektují vnímání ne-evropských společností jako „těch druhých“.

V prvních částech práce poukazuji na vývoj filmu a jeho motivaci k uchopení společenského života. Soustředím se zejména na konstruování skutečnosti dle záměrů, motivací i požadavků filmaře, který má určité sociální zázemí a profesní cíle. Takový film je součástí mediální reprezentace v televizi a tak podléhá určitým televizním požadavkům a konvencím o zpracování audiovizuálního materiálu do podoby epizody daného cyklu. Poukazuji tedy na stereotypní zpracování s ohledem na mediální produkt a teorii analýzy dokumentu.

Dále jsem se zaměřila na stereotypní představy o „těch druhých“ s ohledem na koloniální minulost a přetrvávání těchto představ. Zabývám se zde, jak se taková stereotypní představa chová a jaký charakter nabývá při zobrazování ne-západních společností. Zaměřuji se na mýtus ušlechtilého divocha a konstituování evolucionistické perspektivy „primitivních společností“. Tyto představy vypovídají i mnohé o nás. O tom, jak nazíráme a chceme vidět ty druhé, o tom jakým způsobem se vymezujeme vůči nim a uplatňujeme naše vnímání skrze dichotomii „my versus oni“.

V další části teoretického uvažování se zabývám podobností mezi pohledem turisty a diváka televizního cestopisu. Předmětem mého zájmu je autentičnost předávaného obrazu, jenž je reprezentací dané společnosti, a jeho utváření prostřednictvím různých znaků. V takovém případě připodobňuji obrazovou reprezentaci společnosti divákovi k turistické perspektivě.

Cílem mé práce je poukázat na udržování symbolických hranic vnímání „my x oni“ prostřednictvím teorie a audiovizuální analýzy. Na případu ztvárnění Indonésie v cestopisných dokumentech ČT jsem se zajímala o tématický obsah jak obrazů (záběrů), tak rétorických figur (komentář), které se opakují. Zaměřila jsem se také na způsob zpracování dokumentů (střih, hudba,...), abych ukázala, jak mohou samotný materiál ovlivnit a dopomoci vytvořit „fiktivní“ produkt.



## 2 FILM – NÁSTROJ SPOLEČNOSTI

Fotografie, video nebo jiná vizuální média se stávají čím dál více zájmem antropologie, jejích teorií a metod. Dříve byla vizuální antropologie marginálním předmětem a spíše o technických dovednostech než o informovanosti, nápadech využití a nových teorií (Grimshaw 2001: 4). První použití kinematografu se datuje do roku 1895, kdy bratři Lumièrové veřejně promítali první film. Byli to statické záběry, jež dokumentovaly běžící život před kamerou, tedy „[...] kamera stála zatímco svět okolo se pohyboval“<sup>1</sup> (Grimshaw 2001: 18). O tři roky později byl fotoaparát a kamera použity ve velmi známé vědecké výpravě do Torresovi úžiny roku 1898, kdy tato expedice je symbolicky považována jako zrod moderní antropologie (Grimshaw 2001: 15 – 16). Z této expedice byly přivezeny první etnografické terénní záběry, které byly zaznamenány právě na stroji bratří Lumièrů (Piault 2010: 34). Tyto první filmy už zaznamenávaly praktiky člověka, vztahy, jeho okolí a zároveň dokumentovaly první etnografovu zkušenost a vytváření si vztahu k objektu zájmu. Množící se obrazy a jejich mnohoznačnost se stala na další léta jednou ze zásadních otázek. Antropologie zaujímal i váhavý vztah k těmto audiovizuálním postupům možná i proto, že „[...] se vystavila určitému nebezpečí, že by se mohla dostat do konfliktu s dominantní ideologií západoevropské nadvlády.“ (Piault 2010: 34 – 35).

Technické inovace a společenský vývoj vedli k zacházení s obrazem jako se sestříhanými záběry, které vypráví určitý příběh. Přelomovým dílem v tomto ohledu je film *Muž s kinoaparátem* od Dziga Vertova, který uchopil skutečný život skrze filmovou řeč – střihy, záběry a hudba. Tento film dokazuje, že život odehrávající se na plátně, je pouze v rukou filmaře, jeho fantazie a umu. Rychle modernizující svět, rozvoj průmyslu a technologie, rostoucí urbanizace a z toho vyplývající změna společenského prostoru se odrazila i na vnímání skutečnosti a jejího uchopení. Otázkou zde byla také průkaznost a pevnost zobrazení samotné reality (Grimshaw 2001: 16). V antropologii zároveň došlo k uchopení domorodého života ve prospěch vyprávění a tedy konstruování určitého řádu, který nemusel odpovídat žité

<sup>1</sup> „...camera was fixed while the world was animated around it.“

skutečnosti. Došlo k otázkám s ohledem na antropologickou etiku výzkumu o schopnosti zobrazení reality, rekonstrukce a fikce pomocí filmové řeči (Piault 2001: 39). Film se stal jak analytickým nástrojem společnosti tak objektem antropologické analýzy.

S pokrokem technologie se audiovizuální prostředky, tedy i filmy, rozšířily do celého společenského prostoru a staly se její součástí. Neustálá distribuce audiovizuálního materiálu prostřednictvím dominantních médií jako je například televize je významnou součástí antropologické analýzy a výzkumu (Pink :96). Takové médium „[...] *buduje novou formu kosmologie a vytváří nový sociální svět.*“ (Wilk 2002:171), jež bourá geografické i kulturní hranice. Denně můžeme vidět filmy i mnoho cestovatelských dokumentů, které nám ukazují různé kouty světa, přinášejí informace o jiných společnostech a jejich životě. Součástí každého filmu je i autorova zkušenost a motivace, jež jsou ovlivněny jeho sociální pozicí. Studium filmu tedy můžeme zjistit nejen obsah, ale i profesní záměry těch, kteří se podíleli na jeho vytváření. Analýzou způsobu použití kamery a komentářů můžeme odhalit různé teorie reprezentace, které vyplývají z filmařova „rukopisu“.

## 2.1 Médium poznání

Média a jejich komunikace je stále častějším tématem různých výzkumů. Média jsou nedílnou součástí společenského života, výměny informací a symbolických obsahů. Jejich role je stále důležitější a významnější při získávání zkušeností a poznatků z oblastí i velmi vzdálených. Získávání takových informací o jiných společnostech je zároveň proces poznávání i média samotného. Tato absolutní moc komunikace a přenosu informací by proto měla být neustále zkoumána, jelikož dokáže utvářet a formovat to, co se jedinec dozvídá o světě. Média tak jsou jedním z hlavních zdrojů myšlenek a názorů, k nimž se lidé dostávají.

Jedním z typů médií, který mě zde zajímá je cestopisný dokument produkovaný Českou televizí. Na tomto konkrétním případě nastíním problematiku perspektivy dokumentární tvorby, institucionálního záměru a mediálního produktu.

### 2.1.1 Dokumentární analýza

Filmový dokument se v antropologickém výzkumu stává nedílnou součástí analýzy společnosti. - Buď jako výzkumný aparát či nástroj, skrze nějž a natočeného materiálu můžeme analyzovat společenský prostor, nebo jako samotný objekt výzkumu. Nás zajímá druhá možnost využití dokumentárního filmu a jeho perspektiva, kterou vytváří pomocí různých filmových technik jako je střih, zvuk a komentář. V tomto případě na zpracování epizod, které jsou ČT řazeny do dokumentárních filmů, je použita teorie dokumentárního kritika Billa Nicholse.

Při definování dokumentu se Nichols opírá o společné platformy:

- Výpověď o realitě - skutečné události
- Vyprávění o skutečných lidech
- Vyprávění příběhu, který se děje ve skutečném světě

Dokumentární film narozdíl od fiktivního (hraného) filmu se zabývá skutečnými událostmi, jež se staly a týkaly přímo žitého světa. Neukazují se tak vymyšlené postavy a děje, jak se to děje ve filmu hraném – „[...] *nevytvářejí světy, jež nahrazují svět žitý.*“ (Nichols 2010: 27). Otázkou je, jak o skutečné události či realitě vyprávějí, jak moc se podílí na výkladu a jakým způsobem zobrazují země a lidi, kterých se daná problematika týká. Dokument tak vypráví příběh, jež je svým umístěním v reálném světě velmi silným a poutavým nástrojem výpovědi. V tomto momentu produktu však hraje roli filmař jako tvůrce dokumentu, který používá různé prostředky pro vyjádření a vytváří tak film, jehož je autorem – vypravěčem. Tvůrce filmu si vybírá, co točit a „[...] *skryje toho totiž právě tolik, kolik toho odhalí.*“ (Nichols 2010: 26).

Jak už jsem poukázala, film má mnoho možností reprezentace svého tématu a může k divákovi promlouvat mnoha způsoby. Například přístupem tvůrce, který může vystupovat ve filmu, respektive je zobrazen a my se můžeme dívat skrze tento reflexivní přístup na vztahy mezi ním a objektem zájmu. Promlouvá tak na kameru a je součástí příběhu. Film může doprovázet určitý hlas shůry nebo mohou být použity titulky. K podtržení okamžiku začne hrát hudba, jež vyvolává určitou atmosféru a pocity v divákovi. Film může být popisný, poetický a promlouvat tak stříhovou vazbou. Všechny tyto nástroje můžeme uplatnit při tvorbě filmu a působit na diváka svojí perspektivou. Jak už víme dokument není kopií reality – skutečnosti, jež denně zakoušíme, ale je její interpretací či reprezentací.

Dokument nám naskýtá pohled do života jiných lidí skrze své vlastní brýle, vlastní pohled a názory. Témata, problémy, hodnoty zpracovává prostřednictvím různých obrazů, zvuků a promluv, jež jsou uspořádány a tvoří tak „*hlas dokumentu*“ (Nichols 2010: 84). Tato perspektiva v nás vyvolává určité pocity, názory a celkově vytváří naše vnímání světa. „*Hlas dokumentu*“ představuje nejen úhel pohledu, ale prozrazuje také tvůrčí schopnost zpracování. Používá různé filmové prostředky jako perspektivu, jež nám říká dívejte se na to právě takto (Nichols 2010: 86 – 90).

### 2.1.2 Institucionální moc

Úhel pohledu, perspektiva a vůbec celé zpracování mnohdy nepodléhá jen filmařům, ale i různým institucím, projektům či asociacím, které výrobu filmu sponzorují. Filmař tak musí respektovat a přizpůsobit se jejich zájmům (Gauthier 2004: 154). Instituce, které sponzorují či produkují film drží v rukách monopol, jež má „[...] dost velkou moc a dost síly, aby dokázaly dát svému produktu vlastní charakter[...]“ (Burton, Jiráček 2001: 125). Filmař, který poté jede do terénu točit, si sebou nese nejen řádku sociálně naučených vzorců vnímání reality, ale i instrukce na výběr reprezentativních obrazů a komentářů.

V našem případě se toto týká televize, kde jsou cestopisné pořady vysílány a tak musí podléhat určitým konvencím, jež na ně televize uplatňuje. Bourdieu ve své eseji *O televizi* píše o uplatnění neviditelných mechanismů, jejichž prostřednictvím se provádějí všechny druhy cenzury, které „[...] činí z televize vynikající nástroj udržování symbolického řádu“ (Bourdieu 2002: 12). Vybírá si informace, které chce ukázat a „[...] vyzývá k dramatizaci.“ (Bourdieu 2002: 15), tzn. obrazy uváděné na scénu může konstruovat tak, že některé činí bezvýznamnými a jindy zveličuje jejich důležitost a vážnost, přičemž celkový obraz nabírá smyslu, který vůbec neodpovídá skutečnosti a „[...] může dát vzniknout myšlenkám nebo představám, ale i skupinám lidí.“ (Bourdieu 2002: 15 - 17). Výsledný film svým obsahem (výběr témat, komentáře) odpovídá zadaným požadavkům institucí a cílenému mediálnímu produktu.

### 2.1.3 Mediální produkt

Jeden ze zkoumaných projevů mediální komunikace je tzv. mediální produkt (Jiráček, Kopplová 2003: 117). Může jím být článek, kniha, reklama, fotografie, takřka cokoli co lze určitým způsobem zhmotnit. V našem případě je takový produkt epizoda televizního cestopisného cyklu, která je zhmotněna – nahrána a můžeme ji určitým způsobem zkoumat. Lze znovu přehrát a kdykoli „číst“ znova, nese „[...] poznatelný a popsitelný obsah a přisuzuje se mu nějaký význam.“ (Jiráček, Kopplová 2003: 117 – 118).

Epizoda je tudíž sousled témat – prvků obsahu, které jsou určitým způsobem vybrány a uspořádány (Jirák, Kopplová 2003: 119). Tvoří celek, jehož prvky – témata lze sledovat, popsat a interpretovat. Dokumentární cestopis může mít různé podoby zpracování. Obecně je cestopis chápán jako film, který „[...] zprostředkuje odlišnost a často i kouzlo vzdálených míst, může zdůrazňovat exotické nebo neobvyklé aspekty.“ (Nichols 2010: 165). Toto kouzlo a exotičnost může být různě zpracováno v témata, která nás zajímají a korespondují s požadavky institucionální moci a konceptu celého cyklu. Mediální výstupy tak mohou vykazovat při celkovém pohledu výrazně shodné rysy, které jsou pravidelné, opakují se (Burton, Jirák 2001: 163). Tématické prvky i zpracování lze očekávat stejné pro všechny díly jednoho cyklu, přičemž to může být spojeno i s očekáváním diváků, jež se na cestopisný pořad dívají – očekávají určitý typ pořadu (typ mediálního produktu) (Bignell, Orlebar 2005: 59).

Ustálení formy mediální praxe či způsobu jednání po čase získává svou pravidelnost a strukturu, která je zřejmá obyčejným lidem, a může tak nabývat formy instituce (Jirák, Kopplová: 58). Jako mediální instituce splňuje představy a očekávání, které hrají významnou roli v životě moderních společností. Tato instituce naplňuje určitou funkci předávání poznatků o prostředí a vytváří vztahy mezi součástmi společnosti (Jirák, Kopplová 2003: 58 – 59). Pozorováním takových forem představ můžeme tedy zjistit nejen fungování instituce a její produkci významů, ale i fungování širokého sociálního pohledu o dané problematice v celé společnosti.

### 3 STEREOTYPY

Cestopis je součástí televizního vysílání, musí být tedy srozumitelný pro své diváky. Součástí porozumění je i kategorizování a třídění, čehož je neodmyslitelným prostředkem stereotypizování skutečnosti. Stereotyp a jeho uchopení různými vědními obory je dnes velmi důležitým konceptem kulturní analýzy a masové komunikace. Je to hlavní diskurzivní prostředek ideologického konstruování sociálních skupin a kategorií (Pickering 2001: 1). Stereotypy určitým způsobem poskytují uniformní asociace zařazení dle určitých shodných znaků. Například být ženou s blondatými vlasy nebo mužem černé pleti - znamená být izolovaně zařazen stereotypem „blondýna“, „černoš“ (Pickering 2001: 4). Pokud tedy nějakou kategorii či znak zatíží fixní idea, která původní neutrální kategorii hodnotově zabarví, hovoříme o stereotypech (Allport 2004: 214). Allport mluví o stereotypu jako o nástroji, který slouží našemu kategorickému vnímání nějaké skupiny, a jako o nástroji ke třídění či výběru, jež naše vnímání zjednodušuje a činí jej méně komplikovaným (Allport 2004: 215 – 216). Taková představa či obraz je tedy obvykle zjednodušující a pevný na základě diskriminace hodnot a aktérského jednání lidí jako osobností.

Ve své specifické formě jsou stereotypy charakteristikou obrazu „těch druhých“, který byl v Evropě konstruován v 19. století. Přičemž tento koncept označuje někoho nebo nějakou skupinu kolektivně jako „ti druzí“, kteří se ve své odlišnosti vymezují vůči tomu, co je nazíráno jako bezpečné, normální a obvyklé (Pickering 2001: 47 – 48). Je zde tedy viditelný rozdíl mezi „námi“ a „těmi druhými“ skrze zobecňování jinakosti – jsou stereotypy, jež je sdružují a kategorizují do jakési pomyslné společné skupiny (Pickering 2001: 48). Pickering však nesouhlasí s prostým zjednodušením a zdánlivě konečným řešením stereotypu jako jednoduchého, daného významu. Snaží se obsáhnout pojetí stereotypu v konceptu vytváření „těch druhých“ v rámci kolonialistické minulosti s přesahem do současnosti. Stereotyp neznamena pouhé zjednodušení a mylnou reprezentaci (Bhabha 1983: 27).

Důležitým rysem koloniálního diskurzu je závislost na ideologické konstrukci jinakosti jako stálému, stabilnímu a pevnému konceptu reprezentace (Bhabha 1983: 18). Stereotyp zařazuje skupinu nebo jednotlivce jako "ty druhé.", nicméně tato jinakost je tvořena skrze paradoxní strategii. Na jedné straně Bhabha tvrdí, že osoba nebo skupina je obětí stereotypizace jako neměnného a pevného řádu (Bhabha 1983: 18). Jednotlivec je tak v podstatě ontologicky zařazen bez možnosti změny a odlišnosti. Na straně druhé je však nutné tuto jednoznačně identifikovatelnou konstrukci jinakosti neustále opakovat a znovu potvrzovat (Bhabha 1983: 18). Opakování tedy zpochybňuje právě tuto stálost, jelikož si klade za cíl neustále se reprodukovat. Důsledkem je, že stereotypní výstavba, jež se musí neustále opakovat, tak není potvrzena jednou provždy a je třeba ji říkat znovu a znovu. Tuto paradoxní situaci nazývá Bhabha jako „*proces ambivalence*“<sup>2</sup>.

Bhabha zpochybňuje stereotyp v jeho definici jako fixní a pevné ustanovení právě na základě neustálého opakování, které se děje i skrze televizní pořady. Mnoho stereotypních představ se změnilo, mnoho zůstalo nebo modifikovalo. Stereotypizace se šíří televizním prostorem k divákovi; zpráva či obraz musí být lehce sdělitelné a srozumitelné. Televizní obraz neodmyslitelně patří ke třídění různých kategorií od produktů pro muže a ženy přes politické a zábavné pořady a seriály po dokumenty přinášející obraz o tajemných a vzdálených končinách světa. Zobrazení je velmi úzce spjato s konceptem vytváření obrazu a reprezentace jiných společností - „těch druhých“, které jsme mnohdy nepoznali na „vlastní kůži“. K tomu přispívá i stereotypní zobrazení neevropských společností, se kterými divák mnohdy nemá žádnou osobní zkušenost.

### **3.1 „Primitivní společnost“**

Stereotyp a koncept „těch druhých“ jsou ruku v ruce svázány se strategickými pozicemi konstituování koloniální moci nad „primitivní společností“. Jak tvrdí Pickering stereotypní forma neevropské populace je vytvořena a zobecňována na základě konstruování „primitivních společností“.

---

<sup>2</sup> „process of ambivalence“



*„Primitiv byl součástí zosobnění pro evropské ‘ty druhé‘ a mohl být situovaný na jakoukoli část ne-evropského světa raději než na jednotlivé země či kontinenty.“<sup>3</sup> (Pickering 2001: 51).*

### 3.1.1 Mýtus ušlechtilého divocha

Záběry domorodého obyvatele na pozadí přírody nedotknuté západní civilizací jsou často estetické a stylizované prvky, jež můžeme v médiích pozorovat. Je to standardní vyobrazení domorodého člověka, které je z velké části založeno na evropském stereotypu „ušlechtilého divocha“, jež je v tomto okamžiku osvědčenou konstrukcí balení původních obyvatel jako „ti druzí“ (Prins 2002: 58). Velké množství domorodých obyvatel ve filmu a televizi v posledních letech odpovídá a komunikuje obrazy, jež reflektují Rousseauovu touhu po „ušlechtilém divochovi“ (Petters – Little 2003: 13).

Tento mýtus je spojen zejména s dobou evropského osvícenství a autorem J. J. Rousseauem, pro nějž byl domorodý člověk harmonicky spojen s přírodou bez dotyku civilizace, neznalý zlovyků, dobra a zla, žijící v souladu sám se sebou a svým okolím v mírumilovnosti. White ve své eseji popisuje pojem ušlechtilého divocha od prvních setkání s domorodci v Novém světě jako *„[...] projekci snu o rajské nevinosti [...]“* (White 2010: 232), která byla zároveň i noční můrou pro evropské mořeplavce. V popisech nacházíme hned několik porušení evropských tabu: nahota, společné vlastnictví, absence zákona, pohlavní promiskuita a kanibalismus. Proč tedy došlo ke konceptu vznešeného divocha, když se tenkrát domorodci jevíli „jako zvířata“?

White tento vývoj připisuje k apelaci na tehdejší buržoazii. Tvrdí, že Diderot i Rousseau používali tuto dialektiku *„[...] k útoku na evropský systém společenských privilegií, zděděné moci a politického útlaku [...], jež měl dolehnout jako rána na šlechtu, ne zachránit divochy.“* (White 2010: 239). Vznešenost divocha tak byla neustále posilována novými informacemi z Nového světa, ne ve smyslu zaostalosti, ale jejich odlišnosti od evropské společnosti, a to jak ve smyslu pozitivním, tak negativním. Během 19. století

---

<sup>3</sup> „The primitiv was a composite , pormanteau figure for Europe’s Others, and could be located in various parts of the non – European world, rather than in any particular country or continent.“

se mezi nejlépe prodejnými knihami objevily příběhy od cestovatelů (například z Afriky), které popisovaly často různé části kontinentu jako ztracený pozemský ráj (Pickering 2001: 52).

### 3.1.2 „Primitiv“ jako fiktivní iluze

Konstruování „primitivních společností“ je spjato s vývojem evolucionismu v 19. století jako protipól civilizované společnosti. Klasické práce tohoto období Bachofena, Mainea, Lubbocka, McLennana, Morgana, Taylora předpokládají přímý vývoj od primitivní společnosti skrze různé mezistupně a fáze ke společnosti moderní (Kuper 1988: 2). Tento vývoj ukazoval vysoce statický a hierarchický model s dynamickým systémem rozvoje společnosti. Západ tak byl na vrcholu tohoto žebříčku a protipól primitivních společností v Africe, Austrálii,... Ty reprezentovaly jednoduchou formu lidské existence, kdy západ byl daleko před nimi. Ztělesňoval vyspělost, sofistikovanost a racionalitu evropské civilizace (Pickering 2001: 54). „Ti druzí“ byli považováni za historicky odlišné.

„Primitivní společnost“ se dle Kupera objevuje právě v tomto období a vytváří tak prostor téměř 100 let, kdy se pro antropologii stává tento předmět hlavním tématem. Historie těchto teorií je spjata s historií iluze (Kuper 2005 :10). Jelikož primitivní společnost nikdy neexistovala, byl to typ člověka zosobněným fantazií (Pickering 2001: 57). Iluze primitivního člověka se proměnila v ideální typ a poté teoretický model, zatímco v ten samý čas sloužila jako ideologické palivo pro moderní společnosti (Pickering 2001: 58).

*„Objevení exotických společenství vedlo k pokusům „režirovat“ průběh jejich existence, uchopit jejich starosti v rámci našich kategorií pojmání reality.“ (Piault 2010: 38).*

V antropologii se od té doby ustoupilo od tohoto konceptu a soustřeďuje se na studium kultury jako systému hodnot, norem,... Evropská civilizace není už jakýmsi pomyslným vrcholem na fiktivním žebříčku iluze a fantazie. Způsob jakým jsou dnes zobrazováni lidé neevropských zemí však nadále odpovídá konceptu „těch druhých“. „Oní“ nejsou „my“ a naopak. Vzájemné vymezování

se může ubírat cestami různých stereotypních představ, přičemž obraz společnosti je tak jasně zredukován do určitých pro danou společnost typických znaků. Vypovídající obrazy a komentáře v dokumentu tak nejsou pouhým záznamem „skutečnosti“, ale interpretací sdíleného nazírání na neevropské společnosti. Činnost zobrazování je tak propojena komplexními mocenskými vztahy, které jsou mezi filmařem – filmem – divákem vyžadovány, přijímány a chápány.

### 3.2 Orientalismus

Je zde důležité podotknout, že obraz těch druhých by neexistoval bez „nás“. Tendence takového zobrazení a představě přináší Said ve svém díle *Orientalismus*. Edward W. Said se ve své knize věnuje nejen oboru, ale i širokému diskurzu, jež vytváří v oblasti Orientu mocenské vztahy. Chápe tento diskurz jako „[...] instituci, která zkoumá výroky o Orientu, autorizuje názory na něj, popisuje Orient a učí o něm, objasňuje ho a řídí. Stručně řečeno, orientalismus je postupem, jímž Západ Orientu vládne, restrukturalizuje jej a spravuje.“ (Said 2008: 13). Jde o systematický přístup západního myšlení o Orientu, který jej ovládl a komplexně vytváří v několika rovinách – politicky, vojensky, sociologicky, ideologicky, kulturně, vědně i umělecky (Said 2008: 11 - 13). Orient tedy není neměnným, přírodním faktem a neexistuje sám o sobě, ale je vytvářen evropským a západním smýšlením o „těch druhých“ na východě a mocensky vymezen v binární opozici na sobě závislých kategoriích – západu a východu. Dle Saida identita Orientu je tak stvrzena vůči západu jako kontrastní svým obrazem a zkušeností mezi západem a východem. Může tím ve skutečnosti vypovídat více o západu, resp. západního pohledu, nadřazeném postavení a utváření imaginárního zeměpisu. Orient dle Saida tedy není ničím jiným než „[...] typ jazyka, myšlení a představ [...]“ (Said 2008: 88), na kterém se podílí všichni, kdo ho používají a podílejí se na jeho distribuci. V souhrnu jde tedy o vytváření simulakra Orientu prostřednictvím jakéhokoli nástroje jako je kniha, časopis, slovník, recenze, film... Tedy různými institucemi, jež popularizují orientální stereotypy a klišé (Said 2008: 190).

Obraz cizinců v médiích je tedy protipólem evropských zemí - exotické zobrazování tradičních společností oproti vysoce civilizované a moderní společnosti. Orientalismus je konceptem, jež dnes média používají k zobrazení ne-evropských zemí. Nevycházejí tak z etnografických a jiných znalostí, ale ze stereotypizace cizinců a vymezení se vůči „těm druhým“.

Přestože je kniha Orientalismus dnes velmi ožehavým tématem diskuze a kontroverzní knihou na vědeckém poli, je použití jejích myšlenek na televizní vysílání důležité k zobrazování určitých představ a hodnot o ne-evropských zemích. Ty se šíří tímto veřejným a vysoce rozšířeným médiem jako západní potřeby poznání a porozumění „těm druhým“. Vliv masmédií tak s pravidelností přináší jednotlivé „dávky“ stereotypizovaného obrazu o nezápadních společnostech. Svým způsobem reflektuje veřejné mínění a postoje.

### **3.3 Turista jako divák**

Kulturní identita dnes reprezentuje více jak dříve 2 hlavní věci zároveň: objekt volby a sebe – konstruování skrze spotřební (konzumní) činnost a zřejmými produkty biologické, genetické a lidské podstaty (Comaroff edc. 2009: 1). Rostoucí uvědomění své identity, existence a etnicity je dnes více součástí komoditizace (spotřeby) a mnohem více než dříve je ekonomikou každodenního života (Comaroff edc. 2009: 2). Uvědomění, kdo jsem já – subjektivizace, se netýká už jen příslušnosti k určité skupině, pocitu sounáležitosti a jinakosti, ale mnohem více reprezentace a manifestace různými produkty od biologických (barva kůže, vlasů,..) po kulturně – naučených (rituály,...). Komoditizace a racionalizace těchto věcí se stává objektem i mediální reprezentace. Manifestace produkty, které jsou typické či tradiční, podléhají zobrazovaným konvencím „těch druhých“.

Greenwood mluví o komoditizaci míst a oblastí, kde se díky turistickému přílivu obyvatel, stalo z tamní kultury či společnosti další spotřební zboží, které se prodává díky kapitalistické moderní ekonomice a trhu (Greenwood 1977:

129 – 138). Lokální kultura je tudíž viděna a vnímána veskrze soustředěním se na suvenýry, hotely, benzínky či alkohol (Greenwood 1977: 173). Je s ní jednáno jako se zbožím. Součástí této perspektivy je i samo vnímání obyvatel, jež jsou nedílnou součástí tohoto systému. Je dobře známo, že umění a rituály aboriginů na Nové Guinei, tanec Balinézánů, býčí zápasy, voodoo obřady nebo cikánské tance se změnily, anebo byly zničeny díky zacházení jako s turistickou atrakcí (Greenwood 1977: 173). Smysl, jež měl rituál pro obyvatele dříve, byl díky komoditizaci nahrazen jinými hodnotami - „performance“ pro diváky - turisty. Můžeme být fascinováni tamním životem, což je ale mistifikací opravdové a reálné skutečnosti. Vidíme, co je nám dovoleno, co považujeme za atraktivní; a zůstává nám skryta intimita a skutečný prožitek.

Cestopisný dokument je svým zpracováním nahlédnutím do jiných společností. Tato zkušenost lze zažít cestováním a poznáváním jiných zemí a jinakosti prostřednictvím moderního fenoménu cestování – turismus. Lidé, kteří jezdí na dovolenou ať už za jakýmkoli cílem, se snaží zakusit a žít něco jiného než ve svém každodenním životě. Turismus nabízí nevšední zážitek v opozici ke každodennímu životu doma a v práci (Graburn 1989: 22 - 24). Je to volnočasová aktivita, která v sobě nese opozitum jako je organizovaná práce. Je to jeden z projevů, jak je práce a volno organizované a separované ve sférách sociálního života a praxe v moderní společnosti. Jinakost zážitků se k nám dostává i skrze televizi, jejíž cestopisy můžou zprostředkovat a lákat na zážitek exotiky a dobrodružství.

Cestování lze interpretovat jako reakci na domnělou nepravost moderních společností s následným hledáním autenticity před – industriálních společností (MacCannell 1973: 595 - 598). Tato myšlenka je podobná Rousseauovu „ušlechtilému divochovi“ - volnost od zkažené omezenosti civilizace a přínos z přirozeného života. Spokojenost turistů může být tak podívaná v souladu s předem daným očekáváním, jež je důležitější než samotná žitá realita (MacCannell 1973: 596). A tak podívaná, která splňuje požadavky diváka o autenticitě, může přinést větší uspokojení než samotná skutečnost.

Urryho koncept „*tourist gaze*“ vystihuje perspektivu, kterou máme předem vytvořenou různými společenskými mechanismy. Podle něj je turismus o spotřebě zboží a služeb, které jsou v určitém smyslu nadbytečné, ale jsou konzumovány a hypoteticky generují příjemné a odlišné prožitky od těch typicky vyskytujících se v každodenním životě. Součástí takového zážitku je pohled, který je sadou perspektiv různých scén, například krajin a měst naprosto odlišných od všedního vnímání (Urry 2002: 1). Když odjedeme pryč na nám nějaké neznámé místo, díváme se na prostředí okolo sebe s určitým zájmem, zvědavostí a prostředí k nám promlouvá způsobem, který očekáváme a oceňujeme (Urry 2002: 1). Tento pohled je společensky organizován a systematizován. Místa, která si vybíráme pro trávení volného času jsou tedy utvářena skrze „*tourist gaze*“. Očekávání, jež jsou s místem pobytu spjata, jsou konstruována a podpořena mnoha variantami „ne-turistické“ praxe (film, televize, literatura, časopisy, nahrávky a videa), která tak konstruuje a posiluje tento „*tourist gaze*“ (Urry 2002: 3). Tento pohled se zaměřuje na rysy a znaky prostředí krajin a měst, jež jsou oddělené od každodenní zkušenosti, a tak jsou nahlíženy ve smyslu neobyčejnosti a voleny jako různé turistické znaky a obrazy.

Zobrazení turistických zajímavostí často zapojuje různé formy sociálních vzorců s mnohem větší citlivostí na vizuální prvky krajiny nebo měst, než jsou normálně reflektovány v každodenním životě. Tento pohled lze vizuálně objektivizovat a zachytit do fotografií, pohlednic, filmů,... Je tak umožněno donekonečna pohled reprodukovat, znovu zachycovat a tím i posilovat (Urry 2002: 3). Snění a plánování naší cesty je nejen individuální činnost, ale je i sociálně organizováno a to zejména konzumací těchto vizuálních médií, které jsou ústřední ve tvorbě pohledů požadavků na dovolenou (Urry 2002: 74).

„*Tourist gaze*“ je konstruován skrze znaky a rysy, jež turismus shromažďuje. Například: Člověk vidí na pohlednici dva líbající se lidi před Eiffelovou věží - zachycením na této pohlednici je tak „věčně romantická Paříž“. Sdílené představy lidí jsou dle Urryho kulturní praxe turismu, která konstituuje preferované sociální aktivity, skrze jež jsou lidé vedeni v požadavcích, kam chtějí jet, na co mají koukat a s jakými typy lidí se chtějí

setkat, tedy: „[...] ‘tourist gaze‘ je řízen specifickým kulturním povědomím o tom, co je neobyčejné“.<sup>4</sup> (Urry 2002:59)

Baudrillardovými (1983) slovy a argumentací je, že to co opravdu konzumujeme jsou znaky nebo reprezentace a sociální identita je konstruována skrze výměnu těchto hodnotných znaků (Urry 2002: 75), jež je spotřebována společností spektaklu (Debord 2007). Přitažlivá a efektivní podívaná zastírá a přetváří skutečnost. Hledání autenticity od domnělé nepravosti moderního světa je jen hledáním iluze. Autentická realita se stala obrazem – virtuální realitou (Baudrillard 2001: 8 – 13). Zavraždění reality se stalo ve prospěch více reálnějšího, skutečnějšího než realita – simulace (Baudrillard 2001: 13). Realita tedy mizí v množství mediálních reprezentací a tvoří pouze zdání bez odpovídající skutečnosti - „[...] *produkce zdání*“ (Bjelić 2006: 404). Vše, co bylo dříve prožíváno se v moderní produkci vzdálilo reprezentaci a stalo spektaklem.

*„Spektákl ve všech svých specifických podobách, ať už jako informace či propaganda, reklama či přímá spotřeba produktů [...] tvoří současný sociálně dominantní model života. Je všudypřítomným potvrzením již uskutečněné volby v rámci produkce [...]. Forma i obsah spektaklu jsou bezvýhradným ospravedlněním podmínek a účelů stávajícího systému.“* (Debord 2007: 4)

---

<sup>4</sup> „...the tourist gaze is structured by culturally specific notions of what is extraordinary“.

## 4 METODOLOGIE

Analýzu dílů provádím rozbořem rétorických figur, které jsou vždy doprovázeny obrazem. Tato audiovizuální sdělení jsem rozdělila do kategorií, u kterých jsem sledovala četnost výskytu. Kategorie byly voleny v rámci mého teoretického vymezení, respektive za předpokladu polarizace zobrazení „my“ versus „oni“. Pracuji tedy s binárními opozicemi, které jsou vlastní pro vyobrazení a chápání mezi cizí společností či zemí a evropskou (západní) společností<sup>5</sup>. Tyto kategorie jednotlivých dichotomií jsou navíc neslučitelné, hierarchické a jedna strana vždy degraduje tu druhou. Zároveň však nemohou existovat jedna bez druhé.

Pro uchopení symbolických hranic jsem si vybrala právě Indonésii, jelikož jsem očekávala markantní rozdíly v zobrazení mezi evropskou a neevropskou společností. Z těchto pozic jsem zvolila níže popsaná témata, která jsem poté kvalitativně vyhodnotila. Jsem si vědoma toho, že můj výklad je jeden z mnoha možných způsobů a přístupů k porozumění dané problematice. Jak už jsem dříve zmínila, obraz působí na svého diváka a snaží se něco sdělit. Tento záměr jsem se pokusila rozkódovat a interpretovat nastíněnou perspektivou.

K rozboru dílů jsem použila kvalitativní obsahovou analýzu, abych odhalila a vyhodnotila stereotypní zobrazení. Obsahová analýza na základě frekvence námi zvolených prvků umožňuje výskyt analyzovat a poté kvalitativně vyhodnotit. Zvolený postup a jeho následný výsledek je reliabilní a validní (Krippendorf 2003: 18). Tato metoda se začala využívat k analýze textů novin jako nově se rozšiřující medium komunikace (Krippendorf 2003: 6). S narůstajícím vlivem masmédií se tato metoda používá k mapování a analýze veřejného názoru, jež reflektuje určité stereotypy. Snaží se identifikovat a popsat, jakým způsobem je určité téma zobrazeno ve vybraném žánru (Krippendorf 2003: 28). Obsahová analýza je cestou k porozumění částem textů, obrazů a jejich symbolických kvalit, které vždy referují k širšímu kulturnímu kontextu, jež jsou součástí (Rose 2001: 55).

---

<sup>5</sup> Viz. Příloha Tab. č.1.



## 4.1 Postup vytváření zkoumaného vzorku

Nejprve jsem vyhledala všechny cestopisné pořady, které Česká televize vysílala po roce 1989. Tento rok se zdá jako logickým mezníkem (s ohledem na politickou minulost České republiky). Našla jsem pořady (podle níže popsaných kritérií) a dále našla epizody o Indonésii. Cestopisné pořady jsem vyhledala v archivu České Televize na Kavčích horách s pomocí archivářky paní Hany Petráskové. Archivní data jsou zde uložena v elektronické databázi programu *PROVYS*, kde lze dle jednotlivých níže popsaných kategorií vyhledat dané pořady. Řídila jsem se klasifikací programů dle oficiálních informací a třídění podle ČT.

V elektronické informační databázi *PROVYS* archivu České televize lze vyhledávat různými způsoby. Každý pořad, který je odvysílán, je zařazen svými tvůrci či pracovníky v archivu podle několika měřítek. Jedním ze zásadních zařazení je „*typologie EBU*“<sup>6</sup> a „*programový typ*“, díky nimž lze vyhledat pořad dramatický (seriál, telenovela, sitcom,..), zábavný (soutěže, talk show, reality show,...), hudební, sportovní, zpravodajský, publicistický, vzdělávací, dokumentární,... V případě cestovatelských pořadů zařazených do programového typu: „*dokumentární pořad / přírodopisy a cestopisy*“, se nerozlišuje pořad o přírodě nebo společnosti. Je třeba říci, že pořady vyhledané dle této klasifikace neodpovídali mým požadavkům a musela jsem vybírat spíše podle anotace pořadu, zkušeností archivářky a mých vlastních.

Na internetových stránkách ČT je jako nejstarší cestovatelský pořad označen známý *Objektiv*<sup>7</sup>, který je však zařazen mezi publicistické magazíny, tudíž nespadá do mé klasifikační kategorie (programového typu). Taktéž i pořad *Postřehy odjinud*. Objevila jsem rovněž několik dílů stejného cestopisu zařazených pod jiný programový typ – „*dokumentární pořad*“. Tyto díly se nijak

<sup>6</sup> *European Broadcasting Union*

<sup>7</sup> Tento pořad je na internetových stránkách ČT popisován jako magazín, který chce prostřednictvím odlehčených reportáží přiblížit českému divákovi zajímavosti z jiných koutů světa. Viz. Česká televize. *Objektiv*. Historie pořadu. [online]. [cit. 30. 3. 2012]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/1096911352-objektiv/1734-historie-poradu/>.

výrazně nelišili od ostatních epizod cyklu; zahrnula jsem je tedy do svého zkoumaného vzorku.

Řídila jsem se klasifikací pořadů dle ČT. Dosáhla jsem tím cíle mapovat cestovatelské pořady tak, jak je instituce České televize oficiálně vyrábí, řadí a dále reprodukuje. Toto měřítko jsem dodržela a vyhledala všechny pořady odpovídající programovému typu (EBU): „*Dokumentární pořad / přírodopisy a cestopisy*“.

Důležitost kategorií je také „*Typ aktivizace*“, tzn. jak byl pořad získán pro vysílání ČT. V tomto řazení jsem vybírala programy typu „*Vlastní výroba*“, „*Zakázková výroba*“, „*Nákup domácí*“ a „*Koprodukce (vlastní)*“. Už podle názvů napovídá, že se jedná o pořady, které ČT natočila, objednala anebo koupila. „*Nákup domácí*“ v tomto případě znamená nákup záznamu od někoho jiného, resp. českého cestovatele, filmaře či produkční společnosti.

Každý pořad má dále své identifikační číslo „*IDEC*“. Je to několikamístné číslo, podle kterého se dozvíte: studio, rok výroby, pořadové výroční číslo a číslo cyklu. Každý díl má svůj „*IDEC*“ podávající základní informace. s jehož pomocí lze vyhledat i jiné pořady.<sup>8</sup>

Z vyhledaných cestopisů<sup>9</sup> jsem dále vybírala cykly, které nebyly zaměřeny pouze na jednu zemi (například *Turecko – brána do Orientu, Cesta do Indie,...*), ale podávaly v jednotlivých epizodách informace o různých geografických jednotkách – státech, ostrovech,.... Takové hodnotě odpovídaly cestopisy: *Na cestě, Cestománie, Letem světem, Světozor, Zanzibar, Do moře míst, Zeměpis světa*, ze kterých cykly *Na cestě, Cestománie, Světozor*<sup>10</sup> obsahovaly epizody o Indonésii.

<sup>8</sup> V zájmu svého výzkumu produkce cestopisů v letech 1989 - 2011 byly hledaná měřítká začáteční čísla 2/3/4 (dle studia) a poté dle roku výroby 99, 00 – 11. Např.: Pokud chci najít z pražského studia pořady od roku 90 – 99, zadám do vyhledávacího okénka „*IDEC*“ číslo 29 a naleznu všechny pořady s počátečním číslem „*IDEC*“ 29...).

<sup>9</sup> Viz. Příloha Tab. č. 2.

<sup>10</sup> Tento cestopisný cyklus jsem neměla možnost sledovat, jelikož je vyroben ostravským studiem, kde je uložen i materiál.

Výsledných epizod jsem tedy sledovala celkem čtrnáct, z čehož jedna polovina byla z cyklu *Cestománie*<sup>11</sup> a druhá z cyklu *Na cestě*<sup>12</sup> (viz. Tab. 3). Některé díly jsou k vyhledání na internetu<sup>13</sup>, jiné jsou uloženy na kazetách VHS v archívu ČT (Kavčí hory).<sup>14</sup>

---

<sup>11</sup> Viz. Přílohy Tab. č. 3.

<sup>12</sup> Viz. Přílohy Tab. č. 4.

<sup>13</sup> Dostupné online na webových stránkách České televize <[www.ceskatelevize.cz](http://www.ceskatelevize.cz)>.

<sup>14</sup> Ke každému dílu je k dispozici Dramaturgický list, kde jsou všechny informace. Ukázka viz. Přílohy Obrázek 1.

## 5 ANALÝZA DOKUMENTU

Při analýze dokumentů nejprve poukáži na celkové působení filmového zpracování. Budu interpretovat to, jakým způsobem k nám film promlouvá – jak na nás působí použití filmové řeči (střih, hudba, komentář). Dále se zaměřím na jednotlivá témata, která jsem sledovala a s odkazem na teoretickou část práce provedu kvalitativní analýzu. V závěru svého výzkumu vypořádané poznatky shrnu a vytvořím model ideálního dílu o Indonésii.

### 5.1 „Hlas dokumentu“

V rámci analýzy filmařských technik jsem sledovala především použití komentářů, střihů, hudby a promluv tamních obyvatel. Všechny uplatňují hlas komentátora – celebrity, přičemž u dvou epizod byli vidět i filmaři (kteří však nemluví). Hudba je použita ve všech dílech a to ve velkém měřítku. Méně často se objevují promluvy domorodců. Na všechny epizody se uplatňují hlasy celebrit, které jsou až dodatečně přidány. Samotná celebrita se ve filmu fyzicky neobjevuje. Zobrazení filmařů, jež točí v terénu, se vyskytlo pouze ve dvou dílech, přičemž na kameru nemluví.

Následující charakteristiky jsou platné pro všechny sledované epizody s výjimkou jedné: *Z Jávy na Bali* cestopisného cyklu *Cestománie*. Tato epizoda se vymyká svým zpracováním. Život v Indonésii je natočen skrze perspektivy tří různých lidí – průvodce (Indonésan, který mluví česky), studenta (Indonésan, který je překládán komentátorem) a Čecha (dlouhodobě žijící na Bali). Dokumentem nás provází osoby a jejich pohledy na zemi, kde žijí. Hlas komentátora – celebrity je použit pouze v případě překladu studenta a jiných nativních obyvatel.

Při tvorbě dokumentu filmoví tvůrci využívají různé možnosti reprezentace „těch druhých“ a působení na diváky. Pro naše epizody je charakteristický přístup interakce, jež je dominantním rysem dokumentu: „*Já – vyprávím – o nich – vám*“ (Nichols 2010: 76 – 80).

„*Já*“ pro nás zastupují Miroslav Donutil a Jiří Bartoška (cyklus *Na cestě*), Barbora Štěpánová a Miroslav Vladyka (cyklus *Cestománie*). Ti všichni působí

jako zástupci filmaře. Nevidíme je ani v jedné z epizod, pouze je slyšíme hovořit ze záznamu. Tento hlas „[...] se začal používat ve třicátých letech dvacátého století jako vhodný prostředek umožňující popsat situaci či problém, navrhnout řešení či vyvolat určitou poetickou náladu.“ (Nichols 2010: 77). Komentář je popisem a nositelem informací, které vytvářejí jakousi idealizovanou atmosféru. Předkládá nám dominantním a srozumitelným způsobem, co si máme myslet. Nevidíme mluvčího, pouze slyšíme, což způsobuje i určitou oddělenost od zobrazovaného objektu. Na druhou stranu komentář zde použit je ve „[...] stylu deníku.“ (Nichols 2010: 77). Hlas promlouvá ve formě osobní zkušenosti, subjektivního pohledu a předsouvá nám tak svou vlastní perspektivu, přestože ani jeden ze jmenovaných moderátorů nebyl na natáčení přítomen. Kdo je tedy autorem komentářů? To se bohužel nedozvíme ani při bližším zkoumání dramaturgického listu přiloženém ke každému dílu. Tato kolonka je u všech epizod prázdná.

Dokument vypráví „o nich“. Tato třetí osoba zájmena implikuje, že „*Já, které hovoří, není identické s těmi, o nichž se vypráví.*“ (Nichols 2010: 78). V nás divácích to vyvolává pocit, že bychom měli pozorovat vyobrazené subjekty, abychom se o nich mohli něco dozvědět. Takový hlas bývá velmi působivým a přesvědčivým. Sděluje nám něco, čemu my nasloucháme a co vnímáme jako jedinou perspektivu na danou společnost. Tento komentář dokumentu patří k institucionálnímu diskurzu a rámci (Nichols 2010: 79). My jako diváci obýváme jiný společenský prostor. Komentář je oddělený a autoritativní. V tomto případě však hlasy známých osobností působí mile a domácky, jsou sugestivní. Tyhle celebrity „známe“ a často je na obrazovkách vidáme. Perspektiva, kterou přináší, je nám vlastně blízká a známá. Vybrání známých komentátorů není pouze otázkou podmanivosti a důvěry, ale také atraktivnosti celého cyklu. Ke sledování pořadu nás lákají nejen záhadné kouty světa, ale i poslech zábavných komentářů od osobností českého „showbyznysu“.

Interakce, jež je výše popsána, je typická pro výkladový modus<sup>15</sup> dokumentu, kdy „[...] řadí *fragments of the world* spíše do rámce *retorického* nežli *estetického* nebo *poetického*.“ (Nichols 2010: 181). Výkladový modus je charakteristický svou přímou promluvou k divákovi prostřednictvím komentáře, zakládá si na profesionálně vyškolených komentátorech, kteří působí dojmem objektivnosti a nad věcí (Nichols 2010: 164 – 183). Střih v takovém dokumentu je spíše formální, dokazuje a odpovídá moderátorovy promluvy. V případě epizod je to velmi nosné pojítko, kdy střih následuje slova, bez kterých bychom měli jen prázdný pocit z hezkých obrázků. Komentář je neustále slyšet a říká nám, co si máme myslet. Pouze při záběrech do krajiny moderátor mlčí a scéna je dokreslena atmosférickou hudbou.

Kamera dnes umožňuje nahrávat zvuk synchronní s obrazem a možnosti střihu zas manipulovat se zvukem jako samostatným prvkem. Atmosféru lze dokreslovat hudbou, která působí na atmosféru filmu a podněcuje pocity diváka. Použití hudby v dílech je velice častým a oblíbeným nástrojem. Synchronní záznam můžeme v epizodách vidět pouze při promluvě místních lidí. Komentář či hudba nás provází většinu filmu. Výrazným nástrojem filmové techniky je použití titulek. Slyšíme jazyk i hlas domorodců. V našem případě však titulky nejsou použity. Cizí řeč nám pokaždé překládá komentátor, jež mluví v 1. osobě za mluvčího.

Hlasem dokumentu není jen komentátor, ale i celková skladba dílčích nástrojů filmu jako je střih a hudba. Celkový dojem dokumentu dotvářejí i hodnoty, perspektivy a zmíněné problémy, jež v nás vyvolávají různé pocity. Výše zmíněnými charakteristikami jsem se snažila vykreslit atmosféru cestopisných epizod, kterou dále rozvedu sledovanými obsahovými tématy.

## 5.2 „Locals“

Zajímalo mne, jak a s jakým komentářem, jsou místní obyvatelé nazíráni, které atributy slouží k jejich identifikaci, a jak jsou udržovány symbolické hranice my versus oni.

---

<sup>15</sup> Modus je kategorie, do které se řadí filmy dle různých charakteristik dle jejich zpracování. ( viz. Nicholson 2010: 158 – 228).

Identita obyvatel Indonésie je reprezentována ve všech dílech prostřednictvím náboženství<sup>16</sup>. V Indonésii žije mnoho etnografických skupin, které se liší kulturními univerzáliemi (například příbuzenství). Komentář však identifikuje lidi pouze podle náboženství a geografické lokace ostrova či vesnice. Jméno domorodce hovořícího na kameru nám (divákům) není zmíněno. Hovořící není nahlížen jako individualita, ale jako zástupce svého „druhu“. Můžeme vidět lidi, jež vykonávají činnost typickou pro „ty druhé“, např.: sběrače ořechů; ženu, jak pere prádlo či kojí své dítě; muslima, který se modlí; pěstitele rýže; odpočívající domorodce. Dokumenty neukáží žádné lidi, jež by vykonávali typickou práci pro „nás“. Nejsou tam dělníci, úředníci, taxikáři, vědci... „Ti druzí“ zastávají opačnou činnost a ztělesňují tak odlišnost a neobvyklost od „našich povolání“.

Důležitým symbolem reprezentace bylo také jídlo a alkohol<sup>17</sup>. Toto bylo zobrazeno jako jedno z hlavních atributů identifikace nejen lidí, ale i celé Indonésie. To, co „locals“ jedí a čím se opíjejí, se ukázalo jako jedno z nejdůležitějších atributů témat ve vymezení jinakosti.

Sledovaným tématem byl také jejich zevnějšek v rámci oděvu<sup>18</sup>. Tohle téma se komentovalo v polovině epizod, především v rámci typické výroby látky. Můžeme konstatovat, že popis zevnějšku se děje především obrazem a v závislosti na jiných příležitostech (svatba, pohřeb či jiný rituál)<sup>19</sup>.

Indonésané, jež jsou vizuálně zachyceni a komentářem popsáni, mají zřídka jména. K určení slouží jen přívlastky výše popsané. Takový člověk působí jako zástupce „svého druhu“ – je „performerem“ své kultury. Zobrazení typických činností, jako jsou tradiční řemesla, náboženské rituály a trávení volného času, nám ukazují stereotypní vzorce chápání „těch druhých“. Jídlo, alkohol a oděv demonstruje svou odlišnost jejich každodenního žitého světa od toho našeho. Zaměření se na takové zobrazení a komentáře zdůrazňuje symbolické utváření jinakosti v rámci opakujících se stereotypních představ („my x oni“). Důležitost a všudypřítomnost těchto obrazů nedává na výběr než

<sup>16</sup> Viz. Přílohy Tab. č. 5.

<sup>17</sup> Viz. Přílohy Tab. č. 6.

<sup>18</sup> Viz. Přílohy Tab. č. 7.

<sup>19</sup> Viz. Přílohy Tab. č. 8.

tomu uvěřit a promítnout naše představy o ne-evropských společnostech do imaginárního světa stereotypů o vnímání „těch druhých“.

### 5.2.1 „Noble versus savage“

Ve čtyřech epizodách byli obyvatelé zmiňováni v souvislosti s „nicneděláním“ - „[...] věnují se tolik oblíbenému zevlingu a asijskému koníčku – vybírání vší.“<sup>20</sup> nebo jsou označováni jako „[...] mistři v zevlování[...].“<sup>21</sup>. Tato činnost je konstatována jako platnost pro všechny Indonésany bez jakékoli polemiky.

Lidem je přisuzována jakási divokost či „primitivnost“ na základě jejich hygieny (zmíněná ve dvanácti dílech – Přílohy tab.) Hygienické návyky souvisí hlavně se zmínkou vody a jejího použití. Například v epizodě *Malé Sundy* z cyklu *Cestománie* je ta samá voda používána k zavlažování, pití a navíc slouží jako koupelna i bazén pro děti<sup>22</sup>. V šesti dílech jsem identifikovala velmi detailní záběry na žvýkající hlavy domorodců a jejich zuby, ke kterým se často vázal negativní komentář typu: „[...] doufáme, že už jenom vy žvýkáte tabák [...], zuby po něm vypadají odporně!“<sup>23</sup>. Divokost navíc byla dokreslena ukázkami náboženských praktik a rituálů, které byly charakterizovány jako „[...] orgie, při kterých teče krev.“<sup>24</sup> Obsah a účel rituálu je vedlejší, nedůležitý - hlavně, že vidíme tanečníky či zápasníky. Častým zobrazováním obyvatel (v devíti epizodách) byly také záběry na zpívající lidi<sup>25</sup>.

V epizodách ze Západní Guinei šlo tématicky hlavně o hledání „lidožroutů“. Komentář popisoval snahu dostat se co nejbližší do vnitrozemí, za účelem nalezení „pravých domorodců“ s dovětkem: „[...] snad nás nesní[...].“

<sup>20</sup> Na cestě po Lomboku. [online] Na cestě. 2006. [cit. 25. 3. 2012]. Dostupné z: <<http://www.ceskatelevize.cz/porady/1185966822-na-cestě/206562260120028-na-cestě-po-lomboku/>>

<sup>21</sup> Na cestě po Sumbě. [online]. Na cestě. 2009. [cit. 25. 3. 2012]. Dostupné z:

<<http://www.ceskatelevize.cz/porady/1185966822-na-cestě/209562260120014-na-cestě-po-sumbe/>>

<sup>22</sup> Indonésie: Malé Sundy – Ostrovy ještěřů. [VHS]. Cestománie. 2004. [cit. 15. 3. 2012].

<sup>23</sup> Tamtéž.

<sup>24</sup> Na cestě po Sumbě. [online]. Na cestě. 2009. [cit. 25. 3. 2012]. Dostupné z:

<<http://www.ceskatelevize.cz/porady/1185966822-na-cestě/209562260120014-na-cestě-po-sumbe/>>

<sup>25</sup> Viz. Příloha Tab. č. 9.



*Nedávno snědli kněze a 12 misionářů. Asi jinak pochopili – toto je moje tělo a toto je moje krev.*<sup>26</sup>

Vyobrazení lze přirovnat ke konceptu „primitivních lidí“. V rámci dílů jsou obyvatelé spojováni s určitou divokostí, která je posilována komentáři o hygieně, rituálech, a dalších činnostech. Zobrazení se tak podobá popisu „primitivnosti“, kdy jsou lidé ukázáni jako iracionální a nelogické bytosti, neumyté a neatraktivní, spontánní a spíše intuitivní (Pickering 2001: 52 – 53). Často je zdůrazňováno (v osmi epizodách), že domorodci jsou emotivní, šťastní a žijí spokojený život v souladu s přírodou. Tyto záběry nám tak připadají a navozují atmosféru harmonického života, který je osvobozený od pout civilizace. Jsme fascinováni jakým způsobem tito lidé žijí, co jedí, jak vypadají a jak se chovají (Peters – Little 2003: 19). V epizodách lze také najít atributy, které patří k „ušlechtilosti“ – symbióza s přírodou a spokojenost, které můžeme vnímat jako nedostatek z vlastní kulturní identity či odcizenosti od určitých hodnot (Pickering 2001: 49). Na stranu druhou to jsou stále „divoši“ se špinavými zuby, kteří se koupou tam, kde myjí nádobí. Mýtus ušlechtilého divocha tak v sobě nese paradox právě ve spojení těchto dvou slov, kdy tento termín je nejednoznačný a velmi variabilní ve vnímání „těch druhých“ (Peters – Little 2003: 19).

### 5.3 My – Evropané

Jednou ze zkoumaných otázek bylo, jakým způsobem jsou Evropané (Západní společnosti). Takový komentář se objevil v souvislosti se západní civilizací v 10 epizodách<sup>27</sup> - vždy s negativní konotací. Přesto civilizovanost neznamená v tomto smyslu nic na výši a vyspělého. Nic, co by bylo na výši evolučního žebříčku. Civilizace je v tomto smyslu popisována jako pochroumaná a ničivá pro tamní obyvatelstvo, kdy znásilňuje tradice.<sup>28</sup>

<sup>26</sup> Indonésie: Západní Papua – Cesta do pravěku. [VHS]. Cestománie. 2002. [cit. 15. 3. 2012].

<sup>27</sup> Viz. Přílohy Tab. č. 10.

<sup>28</sup> Srov. Na cestě po Sumbě. [online]. Na cestě. 2009. [cit. 25. 3. 2012]. Dostupné z: <<http://www.ceskatelevize.cz/porady/1185966822-na-cestě/209562260120014-na-cestě-po-sumbe/>>

Nedotčenost, nepoznamenanost a neposkvrněnost civilizací, „[...] které se však nedá vyhnout.“<sup>29</sup>, je naopak velmi pozitivně ceněna.

„Primitivnost“, vůči které se civilizace vymezuje, je vynálezem a produktem modernity a moderního imperialismu (Pickering 2001: 51). Souvisí s trendem být moderní a přemýšlením o kulturním rozdílu, kdy Západ je moderní a civilizovaný a „Ti druzí“ jsou primitivní a necivilizovaní. Moderní společnost v pojetí epizod není však nijak vyspělá a vyzdvihována, naopak „být primitivní“ je lepší a vlastně racionálnější.

### 5.3.1 Turista

Zajímalo mne, zda - li jsou cestovatelé či turisté v epizodách zmíněni, v jakém kontextu se objevují a jak se o nich mluví. Turismus byl zmíněn v deseti epizodách<sup>30</sup>.

V pěti případech byl turismus vykreslen spíše v negativním smyslu. Byly vyřčeny obavy, že kvůli turismu vymizí tradice. V dílu *Na cestě po Sumbě* byl komentář o přizpůsobování se turismu: „*Rituální boje chtějí úředníci stanovit na pevný den, kvůli turismu. Jestli to místní neudělají, úředníci jim vyvraždí koně.*“<sup>31</sup> Časté komentáře směřovali na adresu diváků, potencionálních turistů, kteří by si dovolenou velmi užili, jelikož „[...] už sem moc turistů nejezdí a vy si můžete s místními opičkami vychutnat Bali.“<sup>32</sup> Turisté a tedy i vliv západní společnosti je všudypřítomným faktem v přizpůsobení až zničení tradic.

Ve třech případech však nepadlo jediné negativní slovo na stranu turistů. Naopak komentář lákal na exotiku a dobrodružství. Jste daleko od civilizace a „[...] odříznuti od moderního světa.“<sup>33</sup>

<sup>29</sup> Indonésie: Západní Papua – Cesta do pravěku. [VHS]. Cestománie. 2002. [cit. 15. 3. 2012].

<sup>30</sup> Viz. Přílohy Tab. č. 11.

<sup>31</sup> Na cestě po Sumbě. [online]. Na cestě. 2009 [cit. 25. 3. 2012]. Dostupné z: <<http://www.ceskatelevize.cz/porady/1185966822-na-cestě/209562260120014-na-cestě-po-sumbe/>>

<sup>32</sup> Na cestě po Bali. [online]. Na cestě. 2006. [cit. 25. 3. 2012]. Dostupné z: <<http://www.ceskatelevize.cz/porady/1185966822-na-cestě/206562260120004-na-cestě-po-bali/>>

<sup>33</sup> Na cestě po Alorském sousostroví. [online]. Na cestě. 2007. [cit. 25.3. 2012] Dostupné z: <<http://www.ceskatelevize.cz/porady/1185966822-na-cestě/207562260120006-na-cestě-po-alorskem-souostroví/>>

Vliv turismu je zde ve většině epizod považován za negativní. Jako turista však můžete uniknout vlivu uspěchaného každodenního života a užít si spokojenou dovolenou plnou exotiky a dobrodružství. Tento pohled je velmi podobný vnímání nepravosti z moderní společnosti a následném hledání autentického prožitku (MacCannell 2001) v úplném opaku k dennímu životu (Graburn 1989).

## 5.4 Prostředí

Velmi důležitým a působivým zobrazením je prostředí v němž se nacházíme. Zaměřila jsem se na architekturu a krajinu.

V rámci volby prostředí jsou vyzdvihovány hlavně náboženské stavby (v pěti epizodách), domy a příbytky (ve čtyřech epizodách), přičemž ve dvou epizodách se tato architektura vyskytuje najednou.<sup>34</sup> Toto souvisí s náboženskou identifikací obyvatel, která je pojednaná výše. Prvky příbytků jsou zdůrazňovány s ohledem na to, jak místní lidé žijí. Způsob bydlení je jedním z nejzásadnějších projevů kultury. Reflektuje v jakých podmínkách lidé žijí a symbolizuje v porovnání se západním obydlím jinakost - zaostalost a necivilizovanost.

Velmi nosnými výjevy jsou v epizodách také krajinné výhledy, které poutají divákovu pozornost svou krásou (zapadající Slunce či nekonečná mořská dálka). Pokud se v dané oblasti nachází Národní park, nesmí chybět ani v epizodě. Tyto krajinné výjevy jsou vždy bez lidí a vyzdvihují „[...] *přírodní krásu, která je nepoznamenaná civilizací.*“<sup>35</sup> K doladění a povzbuzení atmosféry slyšíme vždy při těchto obrazech hudební rytmy.

Tyto vizuální prvky odpovídají konceptu „*tourist gaze*“, kde audiovizuální záznam ve filmech ukazuje různé krajiny, které považuje za reprezentativní pro danou oblast. Vyzdvihuje tedy vizuální prvky, jež nějakým způsobem

<sup>34</sup> Viz. Přílohy Tab. č. 12.

<sup>35</sup> Indonésie: Sulawesi – Ostrov duší. [online]. Cestomanie. 2002. [cit. 20.2. 2012]. Dostupné z: <<http://www.ceskatelevize.cz/porady/1095875447-cestomanie/202323234400016-indonesie-sulawesi-ostrov-dusi/>>

oceňujeme a chceme vidět. Jsou to obrazy stojící mimo náš každodenní život a oceňované za to, že jsou jiné a pro nás atraktivní. Je to tedy sada perspektiv, která je odlišná od našeho denního života, typická pro danou oblast či společnost. Takový pohled problematizuje rozdíl mezi žitou realitou a její reprezentací. Význam je více vizuální a proto bližší, více intimní vztah mezi reprezentací a realitou (Urry 2002: 74).

## 5.5 Shrnutí alias „ideální díl“

Na základě získaných informací a poznatků zrekonstruuji v následné kapitole model ideálního dílu o Indonésii, ve kterém shrnu dosavadní závěry.

### *„Indonésie – ztracený ráj“*

Celý film by se měl nést v duchu jakési vágní fantazie a exotiky. Hlas, provázející filmem je všudypřítomný, jasný a ztělesněný známou osobností, jež příhody vtipně komentuje, jakoby je sama zažila. Záběry jsou až okázale krásné, všudy přítomné Slunce je jakýmsi symbolem věčné euforie a radosti z bezstarostné plavby za dobrodružstvím.

Po cestě potkáte spoustu různých lidí - od sběračů ořechů a rýže, potulných relaxujících domorodců, muslimů, křesťanů, po kojící matky a hrající si děti, které vám vždy rády na kameru zamávají. Řemesla lidí vám nejsou blíže ukázána, není řečeno, jak to dělají, spíše je předložena jakási romantická esence jejich věčného životního údělu. Sledujete jejich symbiotický život s přírodou. Přestože nemají pračku ani koupelnu, dary přírody jim vystačí i k hygieně. Možná mají špinavé a zkažené zuby, které vypadají odpudivě, oni jsou však šťastní a spokojení. Jsme fascinováni jejich životem.

Jakýkoli rituál je „povýšen“ na rovinu velmi okázalé podívané. Nemusíme znát jeho společenskou funkci a pozici v kultuře. Rituály jsou formovány kosmologickou perspektivou jako je roční období, déšť či smrt. Důležité však je, aby při popisu komentář obsahoval slova jako tajemný, magický, duchové předků, démoni,... Pro nás je to nevšední „performance“.

To, co je nám dáváno na vědomí je cizost tohoto „primitivního folkloru“, který takto dokládá svou „přirozenost“ (Barthes 2004: 91).

Pokud se objeví zmínka o nás – Evropanech, jsme vždy civilizovaní, avšak máme destruktivní sklony ničit tamní kulturu a tradice. Nemusíme se však bát, jelikož krajina zapadajícího Slunce a mořských hloubek je protkaná velmi atmosférickou hudbou, která navozuje pocit exotiky a klidu. Komentář nás ujišťuje, že autentičnost se ubránila civilizaci, stále ještě na zemi existuje místo, kam lidská noha nevstoupila.

Barthes mluví o mýtu exotiky, jež je bez své dějinné situovanosti hluboký a krásný, plný povrchních obrázků krajiny a domorodých znaků (Barthes 2004: 91). Můžeme s ním souhlasit, jelikož reprezentace Indonésie je jako exotický Orient, jež se ve skutečnosti podobá myšlení západu o „těch druhých“ – je to „čistý odraz Západu“ (Barthes 2004: 92).

## 6 ZÁVĚR

V této práci jsem se pokusila odhalit problematiku vnímání a zobrazování „těch druhých“ na základě audiovizuálního zpracování epizod z cestopisných cyklů České televize. „Ty druhé“ v tomto případě představuje země Indonésie a její filmové ztvárnění v cyklech *Cestománie* a *Na cestě*. K analýze 14 dílů jsem využila metody obsahové analýzy, jejíž výsledky jsem poté kvalitativně vyhodnotila a shrnula v modelu ideálního dílu.

Zabývala jsem se tématy skrze něž byly vytyčeny symbolické hranice „my versus oni“. Jedním z cílů bylo uvést problém v kontextu vzniku filmové řeči a skrze ni uchopení žitého světa. Film, jež dokumentuje skutečné události, je příběhem svého tvůrce. Zpracování žité reality se takto chopí s určitým záměrem, jež podléhá i profesním okolnostem. V takovém případě epizoda zapadá do idey celého cyklu, který je součástí televizního vysílání. Neuplatňují se tedy pouze jen technologické možnosti filmování, ale také požadavky dané instituce, jež dokument kupuje. Stereotypní zpracování bylo odhaleno v použití stejné dokumentární interakce *Já – vyprávím – o – nich – vám*; komentáře od známé osobnosti ve stylu deníku; střihů, jež tento komentář doprovázejí a hudby.

Zobrazení podléhá mnoha konvencím i v případě vnímání „těch druhých“. Stereotypní vnímání „těch druhých“ jsem poukázala na konstruování „primitivních“ společností. Toto vnímání se vytyčuje pomocí dichotomií „my versus oni“, jež stanovují symbolickou hranici, kterou můžeme vidět i v epizodách. Neustále opakující záběry a komentáře utvrzují pohled na zemi a stávají se zhmotněnou iluzí exotiky. Nazírání na „ty druhé“ se tak děje naší představou o vzdálené a tajemné zemi - o tom, jak si ji my představujeme. Z analyzovaných dílů je zřejmé, že tato touha se zobrazuje v ušlechtilém divochovi a atributech, které jsou v opozici k nám. Nalezenými atributy jinakosti se takto staly témata týkající se činnosti, zevnějšku, jídla, pití, rituálů, příbytků a hygieny.

Do zobrazení promítáme naše představy i o nás. V takovém případě jsme ti civilizovaní, kteří však na tamní obyvatelé a zemi působí destruktivně.

Toto vnímání je připodobněno k vnímání turisty, jež pozoruje zemi podobnými „brýlemi“. Díly tak vyzdvihovaly i krajinu, jež je „osvobozena“ od zásahů civilizace. Hodnotově zabarvujeme věci a lidi, jež v každodenním životě postrádáme. Tato perspektiva se promítá ve vyzdvihování jinakosti a bezproblémové existence tamní společnosti. V epizodách je jasně vidět bezstarostnost a euforie, která je komentována i moderátorem.

V mé práci jsem se snažila upozornit na skutečnost, která se týká audiovizuálního vnímání „těch druhých“. Film tak není obrazem reality, ale pouze jedním z mnoha náhledů na ni. Tento pohled je ovlivněn mnoha faktory od institucionálních požadavků po široce sdílené vzorce nazírání na „ty druhé“. Dokument tak není důkazem o životě v tamní zemi, natož o lidech, kteří tam žijí.

## 7 SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY A PRAMENŮ

ALLPORT, Gordon Willard. *O povaze předsudků*. Praha: Prostor, 2004. 574 s. ISBN 80-7260-125-3.

APPADURAI, Arjun. *Modernity at large: Cultural Dimension of Globalization*. Minneapolis: The University of Minnesota Press, 2003. 229 s. Public worlds, 1. ISBN 0-8166-2793-2.

BARTHES, Roland. *Mytologie*. Praha: Dokořán, 2004. 170 s. ISBN 80-86569-73-X.

BAUDRILLARD, Jean. *Dokonalý zločin*. Olomouc: Periplum, 2001. 180 s. ISBN 80-902836-7-5.

BHABHA, Homi. *Simulacra and Simulation*. Michigan: University of Michigan Press, 1994. 164 s. ISBN 0-472-09521-8.

BHABHA, Homi. „The Other Question. Homi K. Bhabha Reconsiders the Stereotype and Colonial Discourse“. *Screen* 1983, 24 (6), 18 – 36 s.

BIGNELL, Johnatan, ORLEBAR, Jeremy.. *The Television Handbook*. 3. vyd. Oxon: Routledge. 2005, 325 s. ISBN 0-415-34251-1.

BJELIĆ, Dušan I.. „Francouzské líbání ‚reálného‘ a praxeologická terapie: etnometodologické vyjasňování nové francouzské teorie médií.“ *Sociologický časopis* 2006, 42 (2), 403 – 427 s. ISSN 0038-0288.

BOURDIEU, Pierre. *O televizi*. Brno: Doplněk, 2002. 104 s. ISBN 80-7239-122-4.

BURTON, Graeme, JIRÁK, Jan. *Úvod do studia médií*. Praha: Barrister & Principal, 2001. 391 s. ISBN 80-85947-67-6.

COMAROFF, Jean, COMAROFF, John L.. *Ethnicity, Inc*. Chicago: University of Chicago Press, 2009. 234 s. ISBN 978-0-226-11472-9.



- DEBORD, Guy. *Společnost spektáklu*. Praha: Intu, 2007. 157 s. ISBN 978-80-903355-5-4.
- GAUTHIER, Guy. *Dokumentární film, jiná kinematografie*. Praha: AMU & Ji hlava, 2004. 507 s. ISBN 80-7331-023-6.
- GRABURN, Nelson. „Tourism. The Sacred Journey“. In: Valene Smith (eds.). *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1989. s. 21–36. ISBN 8-8122-1280-0.
- GREENWOOD, D. „Culture by the Pound: An Anthropological Perspective on Tourism as Cultural Commoditization“. In: Valene Smith (eds.). *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1977. s. 129–138. ISBN 8-8122-1280-0.
- GRIMSHAW, Anna. *The Ethnographer's Eye: Ways of Seeing in Modern Anthropology*. Cambridge: Cambridge University Press, 2001. ISBN 0-521-77310-5
- PRINS, Harald E.L. „Visual Media and the Primitivist Perplex. Colonial fantasies, indiginous imagination and advocacy in North America“. In: Ginsburg, Faye D. (eds.). *Media worlds. Anthropology on new terrain*. London: University of California Press. 2002. s. 58 – 74. ISBN 0-520-23231-3.
- JIRÁK, Jan, KÖPLLOVÁ, Barbara. *Média a společnost. Stručný úvod do studia médií a mediální komunikace*. Praha: Portál. 2003. 207 s. ISBN 978-80-7367-287-4.
- KUPER, Adam. *The Reinvention of Primitiv Society. Transformation of a myth*. London: Routledge, 2005. 272 s. ISBN 0-415-35761-6.
- KRIPPENDORFF, Klaus. *Content Analysis. An Introduction to Its Methodology*. 2. vyd. London: SAGE Publications, 2004. 411 s. ISBN 0-7619-1545-1.

- MacCANNELL, Dean. „Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings“. *American Journal of Sociology* 1973, 79 (3). 589 - 603 s. ISBN 0002-9602.
- NICHOLS, Bill. *Úvod do dokumentárního filmu*. Praha: Nakladatelství AMU a JSAF., 2010. 316 s. ISBN 978-80-7331-181-0
- PETER - LITTLE, Francis. „Nobles and Savages on the television“. *Aboriginal History*. 2003, 27: 16 – 38. ISSN 0314-8769.
- PIAULT, Marc Henry. „Audiovizuální vyrovnání aneb za mimotextovou antropologii“. In: David Čeněk, Tereza Porybná. *Vizuální antropologie – kultura žitá a viděná*. Červený Kostelec: Nakladatelství Pavel Mervart, 2010. s. 25-67. ISBN 978-80-87378-47-2.
- PICKERING, Michael. *Stereotyping. The Politics of Representation*. New York: Palgrave, 2001. 246 s. ISBN 0-333-77210-5.
- ROSE, Gillian. *Visual Methodologies. An Introduction to the Interpretation of Visual Materials*. London: SAGE Publications, 2001. 229 s. ISBN 0-7619-6664-1
- SAID, Edward W. *Orientalismus. Západní koncepce orientu*. Praha – Litomyšl: Paseka, 2008. 459 s. ISBN 978-80-7185-921-5.
- URRY, John. *The Tourist Gaze*. London: Sage Publications, 2002. 171 s. ISBN 0-7619-7346-8.
- WILK, Richard R. „It's Destroying a Whole Generation.“ In: Kelly Askew, Richard R. Wilk (eds.). *The Anthropology of Media*. Malden: Blackwell Publishing, 2002, 286 – 298 s. ISBN 978-0-613-22094-7.
- WHITE, Hayden. *Tropika diskurzu. Kulturně kritické eseje*. Praha: Karolinum. 364 s. ISBN 978-80-246-1123-5.

## Filmy

*Cestománie*. 3. díl. „Indonésie: Malé Sundy – Ostrovy ještěřů“. [epizoda televizního seriálu] 2004. ČT1.

*Cestománie*. 16. díl. „Indonésie: Sulawesi – Ostrov duší“. [epizoda televizního seriálu] 2002. ČT1.

*Cestománie*. 40. díl. „Západní Papua: Cesta do pravěku“. [epizoda televizního seriálu] 2002. ČT1.

*Cestománie*. 8. díl. „Indonésie: Z Jávy na Bali“. [epizoda televizního seriálu] 1999. ČT1.

*Na cestě*. 6. díl. „Na cestě po Alorském souostroví“. [epizoda televizního seriálu] 2007, ČT1.

*Na cestě*. 4. díl. „Na cestě po Bali“. [epizoda televizního seriálu] 2006, ČT1.

*Na cestě*. 28. díl. „Na cestě po Lomboku“. [epizoda televizního seriálu] 2006, ČT1.

*Na cestě*. 14. díl. „Na cestě po Sumbě“. [epizoda televizního seriálu] 2009, ČT1.

## 8 RESUMÉ

The aim of this work was to point out the symbolic boundaries of perception between european (west) society and non-european society through theory and audiovisual analysis. In the case of Indonesia travelogue documents in ČT I was interested in the thematic content as images (shots) and rhetorical figures (comments) that are repeated. My other interest was the handling with documents on its own – to show how they (shots, comments, music) can affect the material itself and help to create a “fiction” product, which says more about “us” than about “The Others”.

## 9 PŘÍLOHY

Tab. 1 Dichotomie „my versus oni“.

"MY"	X	"ONI"
kultura		příroda
civilizace		divoštství
vyspělost		primitivnost
nadřazenost		podřízenost
řád		svoboda
racionalita		emocionalita
racionální věřící		vyznavači magie
aktivita		pasivita
čistota		špinavost
individualita		typ
každodennost		exotika

Tab. 2 Cestopisné cykly České televize

Cestovatelský cyklus	Počet dílů	Rok výroby	Aktivizační typ
Na cestě	190	2005 - 2010	Zakázková výroba
Cestománie	212	1999 - 2004	Zakázková výroba
Na cestě za dětmi	43	2009 - 2010	Zakázková výroba
Na cestě 2011	41	2011	Zakázková výroba
Letem světem	38	2004	Zakázková výroba
Polynésie	17	2004	Nákup domácí
Světobzor	45	1999 - 2000	Vlastní i zakázková výroba
Turecko - brána Orientu	16	2005	Vlastní i zakázková výroba
Zanzibar	16	1998	Nákup domácí
Do moře míst	13	2011	Nákup domácí
Svět očima H. a Z.	13	1998 - 1999	Vlastní výroba
Cesta do Indie	3	1998	Vlastní výroba
Expedice Libye	3	2010	Nákup domácí
Na jihu Maroka v zemi Berberů	3	1994	Vlastní výroba
Zeměpis světa	3	2004	Nákup domácí
Muž s kamerou	2	1993	Vlastní výroba

Tab. 3 Cestománie

Název dílu	IDEC	Stopáž	Programový typ (EBU)	Typ aktivizace
Indonésie: Z Jávy na Bali	299 323 23137/0008	028:59	R \ dokumentární pořad	Zakázková výroba
Borneo - Za lovci lebek	299 323 23137/0015	028:32	R \ dokumentární pořad	Zakázková výroba
Indonésie: Sulawesi - Ostrov duší	202 323 23440/0016	027:41	R \ dokumentární pořad \ přírodopisy a cestopisy	Zakázková výroba
Indonésie: Západní Papua - Cesta do pravěku	202 323 23440/0040	027:37	R \ dokumentární pořad \ přírodopisy a cestopisy	Zakázková výroba
Indonésie: Malé Sundy - Ostrovy ještěřů	204 562 26010/0003	025:43	R \ dokumentární pořad \ přírodopisy a cestopisy	Zakázková výroba
Papua-Nová Guinea: Potomci lidojedů	204 562 26010/0009	027:51	R \ dokumentární pořad \ přírodopisy a cestopisy	Zakázková výroba
Indonésie: Flores - Kam odchází duše	204 562 26010/0015	027:06	R \ dokumentární pořad \ přírodopisy a cestopisy	Zakázková výroba

Tab. 4 Na cestě

Název dílu	IDEC	Stopáž	Programový typ (EBU)	Typ aktivizace
Na cestě po Bali	206 562 26012/0004	028:09	R \ dokumentární pořad \ přírodopisy a cestopisy	Zakázková výroba
Na cestě po Střední Jávě	206 562 26012/0010	028:12	R \ dokumentární pořad \ přírodopisy a cestopisy	Zakázková výroba
Na cestě po Lomboku	206 562 26012/0028	026:08	R \ dokumentární pořad \ přírodopisy a cestopisy	Zakázková výroba
Na cestě po Alorském souostroví	207 562 26012/0006	026:10	R \ dokumentární pořad \ přírodopisy a cestopisy	Zakázková výroba
Na cestě po Lamaleře	207 562 26012/0012	026:09	R \ dokumentární pořad \ přírodopisy a cestopisy	Zakázková výroba
Na cestě po Sabu	209 562 26012/0006	025:56	R \ dokumentární pořad \ přírodopisy a cestopisy	Zakázková výroba
Na cestě po Sumbě	209 562 26012/0014	025:51	R \ dokumentární pořad \ přírodopisy a cestopisy	Zakázková výroba

**Tab. 5 Náboženství**

Náboženství	Absolutní četnost	Relativní četnost
Světová	4	0,29
Kmenová	1	0,07
Světová i kmenová	9	0,64
Total	14	1,00

**Tab. 7 Oděv**

Oděv	Absolutní četnost	Relativní četnost
Ano	7	0,5
Ne	7	0,5
Total	14	1

**Tab. 9 Zpěv**

Zpěv	Absolutní četnost	Relativní četnost
Ano	9	0,64
Ne	5	0,36
Total	14	1,00

**Tab. 11 Turismus**

Turismus	Absolutní četnost	Relativní četnost
Ano	10	0,71
Ne	4	0,29
Total	14	1,00

**Tab. 6 Potrava**

Jídlo	Absolutní četnost	Relativní četnost
Strava	5	0,36
Alkohol	1	0,07
Strava + alkohol	6	0,43
nebylo zmíněno	2	0,14
Total	14	1,00

**Tab. 8 Rituál**

Rituál	Absolutní četnost	Relativní četnost
Pohřeb	1	0,07
Svatba	1	0,07
jiný	4	0,29
Vše	2	0,14
Nezmíněno	6	0,43
Total	14	1,00

**Tab. 10 Civilizace**

Civilizace	Absolutní četnost	Relativní četnost
Ano	10	0,71
Ne	4	0,29
Total	14	1,00

**Tab. 12 Prostředí**

Architektura	absolutní četnost	relativní četnost
Nábož. stavby	5	0,36
Příbytky	4	0,29
N.s. + p.	2	0,14
0	3	0,21
Total	14	1,00

<b>Název pořadu:</b>	<b>Indonésie - Sulawesi - Ostrov duší</b>					Č.část
Název seriálu:	Cestování					
Důležitost uchování:	A	Pracovní název:	Indonésie-Sulawesi-Ostrov duší			
IDEC:	<b>202 323 23440/0016</b>	<b>Nákl. střed.:</b>	<b>2323</b>	<b>Tvůrčí skupina:</b>		
2V122477	1 VC	10:00:00 - 10:27:41		027:41		
Kvalita záznamu:	3	Datum schvalovací projekce:	03.01.2012	Datum kontrolní projekce:	03.0	
<u>Seznam materiálů:</u>						
<AE52317>	PZ	0	10:00:00 - 10:27:41	027:41	přepis 1:1 z 2G 3749E	
<[10007391194	Null	0	00:00:00 - 00:27:41	027:41	Záznam pro scénosle	
] >						
2G 37496	COP	0	10:00:00 - 10:27:41	027:41	přepis na 2V122477	
	Y					
2G 41695	MZ	0	10:00:00 - 10:27:41	027:41		
2V122477	VC	1	10:00:00 - 10:27:41	027:41	přepis z 2G 37496	
<i>Copyright:</i>						
Druh hlavní výroby:	UBEZVYROBY					
<b>Dramaturg:</b>	<b>Hüttlová Jaromíra</b>			<b>Redaktor:</b>		
<b>Režie:</b>	<b>Pirohová Jana</b>			<b>Kameraman:</b>	<b>Pirohová Jana</b>	
<b>Výtvarník:</b>				<b>Architekt:</b>		
<b>Výt.v.kostýmů:</b>				<b>Střihač:</b>	<b>Veličková Krasimira</b>	
<b>Mistr zvuku:</b>	<b>Kabrhel Petr</b>			<b>Hudební režie:</b>		
<b>Vedoucí výroby:</b>	<b>Blaas Roman</b>			<b>Asistent režie:</b>		
<b>Autor námětu:</b>	<b>Pirohová Jana</b>			<b>Autor scénáře:</b>	<b>Pirohová Jana</b>	
<b>Upravce dialogů:</b>				<b>Autor libreta:</b>		
<b>Autor předlohy/Název předlohy:</b>	/			<b>Odb.spolupráce:</b>		
<b>Autor hudby:</b>	<b>Sadha R</b>					
<b>Autor komentáře:</b>						
<i>Anotace:</i>	<i>O lidech a cestování.</i>					
<i>Obrazové záběry k pořadu:</i>	<i>Bárka na moři, staré obrazy dobyvatelů, islámská svatba, nevěsta a ženich, hostina, přístav, hlavní město ostrova, ruch přístavu, tropický déšť, krabi, při kuchyni, památník nezávislosti, bambusové hudební nástroje, dětský orches sběračky rýže, rýže, rýžová pole, největší mešita na Sulawesi, muslimská r socha muže s hořící pochodní, hedvábné látky, tkadlena, tkalcovská stav, obchodnice s hedvábnými látkami, dům, foto dětí, život na řece, jezero, plov zahrady, plovoucí domy, rybáři na lodkách se sítěmi, stavitelé lodí, Národní park, socha opice, vodopády, starověké fresky z krve, torajský trh, prasata, v hadi, cukroví, homole cukru, portrét prezidentky, vodní buvoli, domy ve tvaru torajský dům, torajská kuchyně, pohřebiště dětí i dospělých, cocha tao-tao, torajský pohřeb, obětování býka, pohřeb ministra, rakev</i>					
<i>Obsah:</i>	<i>Indonésie má skoro 14 000 ostrovů a Sulawesi jsou jedním z největších. Navzdory velké nemají díky svému tvaru, který připomíná pavouka, z žádného místa k moři dál než 40 kr zdaleka není jejich jediná zajímavost. Ve zdejších národním parku Bantimurung vznikla n:</i>					

Obrázek 1 Ukázka dramaturgického listu exportovaného z programu PROVYS.