

Jak analyzovat televizi?

v případě dotazů pište na jana.jedlickova@upol.cz





- Pojem televize neodkazuje pouze k jednotlivým TV pořadům, ale i ke kontextu, ve kterém jsou vyráběny, vysílány a sledovány. Pokud si tedy vyberete téma zaměřené na televizi, máte nepřeberné možnosti „analýzy“.
- Ještě před tím, než začnete psát text nebo si chystat body na ústní prezentaci, je dobré se zamyslet nad **jedním úhlem pohledu**, skrze který budete pořad, TV stanici, reklamu nebo vaše vlastní sledování pořadu analyzovat. **Nesnažte se analyzovat všechno**, co vám přijde na mysl. Jednak máte omezený prostor, jednak je toho příliš a stejně to nestihnete. Lepší je mít jasně vymezený plán, kterému se můžete podrobně věnovat. Váš text/prezentace nám má pouze ukázat, jak umíte uvažovat, co máte rádi za tvorbu a jestli umíte alespoň trochu psát. Nesnažte se nás oslnit, preferujte, co sami moc dobře znáte.
- Na začátku prezentace/textu je vždy dobré uvést, **z jakého úhlu vybrané téma zkoumáte**, reflektujete, nahlížíte. Nezapomeňte také formulovat, jaký je cíl práce a na konci jej stručně shrnout.
 - *Např. analyzuji seriál Most! a zajímá mě, jak se odlišuje od jiných komediálních seriálů v ČT. / K analýze jsem si vybral/a Zrádce od ČT, na kterých ukážu, jak vypadá žánr kriminálního seriálu. / Budu psát o Ordinaci v růžové zahradě a zaměřím se na to, jak je seriál vyprávěný. / Protože se mi líbí Hry o trůny, popíšu, jak v seriálu vypadá kamera. / Pravidelně sleduji Události a komentáře, zaměřím se proto na popis studia a funkci moderátorů. atd. atd. atd.*
- Na konec písemné práce nezapomeňte **uvést zdroje**, které využíváte. I seriál, který analyzujete, se dá citovat. (např. **Zrádci** (ČR, ČT 2020, rež.: V. Tauš, M. Chlupáček, scen.: M. Šifra, 6 dílů)

Na co se zaměřit, když analyzujeme TV pořad?

► kontext tvorby a distribuce pořadu:

- pořad (estetické a stylové prostředky, funkce ad.)
- instituce (jaká TV vyrábí/vysílá pořad)
- mediální legislativa (co nám umožňují mediální zákony)
- typ média (je to „klasická“ TV nebo online?)
- země původu a země vysílání
- tvůrce/tvůrkyně a štáb
- umístění v programu (vysílá se pořad dopoledne nebo v hlavním vysílacím čase?)
- obchodní model (musím za pořad platit a jak nebo je zadarmo?)
- distribuční model (vysílá se pořad každý týden, nebo jsou zveřejněny všechny epizody najednou? Je pak pořad ke shlédnutí v archivu nebo už ho nemám možnost vidět znovu?)
- publika (kdo se na pořad dívá? – gender, věk, vzdělání, sociální třída, zájmy atd.)
- brand (jak se pořad prodává? jak se propaguje?)

► pořad (tzv. mediální text):

- vyprávění (seriálové, epizodické, chronologické, retrospektivní ad.)
- postavy (kostým, účes, make-up, gestika, mimika, postoj, jazyk, pozice ve vyprávění, charakter)
- prostor (jak vypadá prostor, kde se pohybují postavy)
- kamera
- střih
- osvětlení
- zvuková stopa (zvuky, ruchy, dialog, monolog)
- práce s barvami
- = mizanscéna

UKÁZKA ANALÝZY

(máte spoustu možností, tahle není ani preferovaná, ani vyčerpávající, věřte svému úsudku)

Cílem této mikro analýzy je podívat se na seriál *Přátelé* (*Friends*, USA, NBC 1994 – 2004) jako na americký sitkom 90. let. Budu tedy sledovat, jak se chovají postavy, jak vypadá vyprávění, kde se odehrává děj, jak se pořad natáčel a jak sitkom vypadá z pohledu diváka. *Přátelé* se odehrávají v New Yorku. Hlavními postavami je skupina přátel, z nichž většina bydlí v jednom bytovém domě. Seriál tak pracuje jen s několika málo prostory, které se pravidelně střídají. K těm pravidelným a hlavním patří byt Moniky a byt Joeyho s Chandlerem. Dalším využívaným prostorem je i kavárna, kde se postavy často scházejí. Kromě těchto tří hlavních prostor se v seriálu objevuje občas i byt Rosse a byt Phoebe, případně kanceláře, ve kterých postavy pracují. Tyto dodatečné prostory se v pořadu objevují spíše okrajově. V centru scény je obvykle umístěný nějaký objekt, u *Přátel* zpravidla gauč, kolem kterého se postavy pohybují nebo na něm sedí či leží.





Herecká akce se v těchto prostorech obvykle odehrává ve středu prostoru, aby bylo na herce dobře vidět. Scéna je komponována více divadelně, tj. místa, odkud herci na scénu přicházejí, jsou vždy stejná (dveře bytu nebo místností, balkon), chybí nám pomyslná 4 stěna, skrze kterou se dívají diváci.

Herecká akce staví často na improvizaci. V duchu sitkomu se pracuje s gesty, mimikou a gagem. Pracuje se i se slovním humorem a fyzickou komedií, byť *Přátelé* spoléhají více na humor slovní (v dialogích dostáváme více informací než v obrazu). Pořad pracuje s kontrastem mezi tím, co jako diváci vidíme a o čem se postavy baví či jak jednají. Samy postavy nemají prokreslený charakter, představují spíše jednoduché osobnostní rysy. Většina z nich se nevyvíjí. Jako diváci se smějeme více jim, než s nimi. Vzniká tedy distanc mezi námi a postavami.

Děj *Přátel* je jednoduchý, vyprávění je realizováno epizodně. Tzn. jednotlivé díly jsou dějově zpravidla uzavřené a postavy se k nim v dalších dílech neodkazují. Jako by zapomněly, co týden předtím prožily.

Přátelé se natáčeli ve speciálně upraveném studiu s tzv. vícekamerovým systémem. Natáčeli se za přítomnosti živého publika. Herci tak mohli přímo reagovat na reakce diváků a uzpůsobovat v improvizaci akci na scéně. Mementem tohoto způsobu natáčení je konvenční užití stopy umělého smíchu, který ještě podporuje naši diváckou reakci na shlédnutou scénu.