

Filozofická fakulta Univerzity Palackého
Katedra mediálních a kulturních studií a žurnalistiky

POŘADY PRO ŽENY V SOUČASNÉM TELEVIZNÍM VYSÍLÁNÍ
V KONTRASTU SE SITUACÍ PŘED ROKEM 1989

Bakalářská diplomová práce

Lucie Kratochvílová

Vedoucí práce: Mgr. Zdeněk Sloboda

Olomouc, 2018

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma „Pořady pro ženy v současném televizním vysílání v kontrastu se situací před r. 1989“ vypracovala samostatně a s použitím uvedené literatury a pramenů. Podpisem stvrzuji počet znaků 72 714.

V Olomouci, dne 30. 4. 2018

.....
Jméno Příjmení

Poděkování

Děkuji magistru Zdeňku Slobodovi za vedení mojí práce a jeho užitečné rady, které mi pomohly tuto práci zkompletovat. Velký vděk patří i mým dvěma spolubydlícím za udržování pozitivní nálady a všem ostatním kamarádům za další tipy, které mi byly při psaní velmi nápomocné. Děkuji i svým rodičům, kteří mě neustále podporují v mém studiu a jsou mi velkou oporou.

Bibliografický záznam

KRATOCHVÍLOVÁ, L.: *Pořady pro ženy v současném televizním vysílání v kontrastu se situací před rokem 1989*. Olomouc 2018. Bakalářská práce. Univerzita Palackého v Olomouci. Filozofická fakulta. Katedra mediálních a kulturních studií a žurnalistiky. Vedoucí práce: Mgr. Zdeněk Sloboda.

Abstrakt

Cílem této práce je zobrazení kontrastu mezi množstvím vysílaných televizních pořadů pro ženy v současnosti a před rokem 1989, kdy jich bylo podstatně méně, respektive téměř žádné. Na základě dostupných televizních programů (Týdeník Československé televize) jsem sestavila profily jednotlivých pořadů z minulosti, přičemž jsem se zaměřila na témata, kterým se tato média věnovala, jejich pravidelnost a sledovanost. Na exemplárních případech reflektuji význam probíraných témat. Z dochovaných zdrojů jsem zjistila, že pořady cílící konkrétně na ženské publikum tvořily téměř zanedbatelnou část vysílání Československé televize. Odpolední vysílání v době, kdy ženy přicházely domů ze zaměstnání, bylo cílené spíše na děti, které se zrovna vracely ze školky, nebo školy. Dalším a zjevným důvodem je i fakt, že ženám na sledování televize kvůli starostem o domácnost a rodinu nezbývalo mnoho času, a tak nebylo potřeba jim pořady na míru produkovat. Oproti dnešní době, kdy vznikají celé televizní stanice produkující program zaměřený na ženy, je tedy znatelný velký posun.

Klíčová slova

Pořady pro ženy, ženy, Československá televize, Česká televize, 1989, 2018, soap opera, telenovela, televizní program, publikum, ženy v domácnosti

Bibliographical record

KRATOCHVÍLOVÁ, L.: *Programs for women in current television broadcasting in contrast to the situation before the year 1989*. Olomouc 2018. Bachelor Thesis. Palacký University Olomouc. Faculty of Arts. Department of Media and Cultural Studies and Journalism. Thesis Supervisor: Mgr. Zdeněk Sloboda.

Abstract

The aim of this work is to show the contrast between the amount of programs for women in television broadcasting nowadays and before the year 1989, when there was obviously less of them or almost none. I put together profiles of each program from the past based on available TV schedules (Týdeník Československé televize) and focused on dedicated topics, their regularity and ratings. I also reflect on some exemplary cases their importance and value. As expected, I found out that programs for women took just a negligible piece of whole broadcasting of Czechoslovak television. Afternoon broadcast, when women were coming home from their work, was focused and compiled mainly for children, who were returning home from school or kindergarten. Another obvious reason can be a fact, that women didn't have free time due to the responsibilities they had with home care and family care. That is why they normally had no time left to watch television and there was no reason to produce special content for them. Compared to the present day when there are whole TV stations focused on producing content mainly for women, there is visible a big change.

Key words

Programs for women, women, Czechoslovak television, Czech television, 1989, 2018, soap opera, TV program, public audience, housewife, housewives

Obsah

1	ÚVOD	7
2	POČÁTEK TELEVIZNÍHO VYSÍLÁNÍ V ČESKOSLOVENSKU	8
2.1	Struktura televizního vysílání do roku 1989.....	9
2.2	Různé pohledy na televizní publikum	11
2.2.1	Genderově zbarvená publika	11
3	METODOLOGICKÁ ČÁST	13
3.1	Vymezení žánru.....	13
3.1.1	Televizní série	13
3.2	Postup při analýze	18
4	ANALYTICKÁ ČÁST.....	19
4.1	Pořady pro ženy v televizním vysílání před rokem 1989	19
4.1.1	Vysílání při příležitosti Mezinárodního dne žen	19
4.1.2	Občasné vysílané pořady zaměřené na módu a krásu	19
4.1.3	Publicistické pořady	20
4.1.4	Rodinná pošta	20
4.1.5	Lékař a vy.....	21
4.1.6	Zadáno pro ženy	22
4.1.7	Shrnutí	24
4.2	Pořady pro ženy v současném televizním vysílání.....	24
4.2.1	Veřejnoprávní televize.....	25
4.2.2	Komerční televize.....	26
4.2.3	Další formáty	29
4.3	Shrnutí	31
5	ZÁVĚR.....	32
6	ODBORNÁ LITERATURA A ZDROJE	35
6.1	Knihy a časopisy	35
6.2	Odborné články, výzkumy, analýzy	35
6.3	Internetové zdroje.....	36

1 Úvod

Dané téma jsem zvolila na základě rozšiřujícího se sociologického fenoménu diskuze o genderu a jeho vyváženosti, který v posledních letech stále více zaplňuje mediální i veřejný prostor. V současné době je problematika genderu aktuální vzhledem ke snaze vyrovnat rozdíly nejen mezi pohlavími, ale také mezi heterosexuální a homosexuální menšinou (a samozřejmě i spoustou dalších minoritních skupin). Tímto tématem jsem se rozhodla zabývat, protože problematika emancipace a zrovnoprávnění je mně i mému okolí blízká.

V této práci jsem se rozhodla zaměřit na množství pořadů v televizním vysílání, které cílí na ženské publikum před rokem 1989 a postavit je do kontrastu se situací na současném televizním poli. Na základě dostupných pramenů chci demonstrovat nejen počet těchto pořadů a markantní rozdíl v jejich množství, ale částečně i jejich strukturu, prostor, který zabírají v celé programové skladbě a především témata, kterým je jejich vysílací čas věnován, a jejich důležitost vzhledem k aktuální situaci.

Nejdříve přiblížím počátky Československé televize, popíšu její stručnou historii a strukturu jejího vysílání do roku 1989, včetně některých pořadů, které se často reprízuji i v současné době a pořad jsou stejně oblíbené. Dále se zabývám různými pohledy na televizní publikum jako takové a jeho možnou genderovou polarizaci na základě vyhledávaných mediálních obsahů a částečně také genderových stereotypů, které jsou založené pouze na předpokladu, že osoba nemá žádné charakterové rysy typické pro opačné pohlaví, což právě vede k silnému rozlišování čistě ženských a čistě mužských pořadů. V této části vycházím především z práce Denise McQuaila a několika dalších výzkumů, které byly provedeny na divácích soap oper a telenovel ve Velké Británii a USA.

V metodologické části definuji na základě jiných autorů, kteří se tímto tématem zabývali, některé stěžejní pojmy a přiblížím problémy, které s těmito definicemi v českém prostoru vyvstávají. Rovněž popíšu proces analytického zkoumání televizních programů, které byly ke kompletaci této práce využity.

V analytické části se nejdříve zabývám pořady pro ženy, které vysílala Československá televize do roku 1989. Na základě televizního programu Týdeník Československé televize jsem sestavila jejich profily, a pokusila se tak podat přibližný obraz o tématech, kterými se tyto pořady zabývaly, a o tom, jak velká jim byla přisuzována důležitost. Poté jsem se zaměřila na žánrově podobné programy v současném televizním vysílání a analogicky vytvořila i jejich profily. V této části jsem čerpala především z internetových stránek daných televizních kanálů a také jejich videoarchivu, díky kterému jsem sledovala celkové vyznění pořadu a jeho zaměření a získala přehled o probíraných tématech.

2 Počátek televizního vysílání v Československu

Na počátku třicátých let si prosazení televizního vysílání pro českou veřejnost dala za cíl pouze malá skupina nadšenců. Tím nejaktivnějším z nich byl doc. Dr. Jaroslav Šafránek, který pracoval pro Fyzikální ústav pražské Karlovy univerzity a spolu s kolektivem pracoval na sestavení jedné z prvních přijímacích aparatur. Ta měla svoji pražskou premiéru už v roce 1935. Docent Šafránek si v roce 1937 také nechal patentovat svůj „**Způsob a zařízení pro barevnou televizi**“. Další pokusy o zahájení televizního vysílání na elektronickém principu ale byly zaraženy nacistickou okupací a další rozvoj byl možný až po roce 1945. První kamerový řetězec byl dokončen dva roky po skončení války v laboratořích bývalé německé firmy ve Smržovce u Tanvaldu a pravidelné vysílání přišlo s úspěchem, který přístroj sklídil o rok později na Mezinárodní výstavě rozhlasu MEVRO. „*Odborníci zde zveřejnili televizní řetězec se dvěma kamerami, režijní a synchronizační aparaturu, zvukové zařízení a obrazový signál rozvedený do koaxiálního kabelu.*“ (Štroblová, 2009, s. 86) V pavilonu výstaviště pražských vzorkových veletrhů bylo zbudováno studio, které třikrát denně vysílalo hodinový, improvizovaný a živý program. Na výstavě byly pro návštěvníky umístěny i tři televizory, na kterých bylo možné program sledovat.

Další zkušební vysílání se uskutečnilo **1. května 1953**, a to ze studia Praha v Měšťanské besedě ve Vladislavově ulici a na programu byl 1. přímý přenos ze sokolského sletu, který snímaly celkem tři televizní kamery – na tribuně, v hledišti a na cvičišti. Anténní systémy vysílače byly umístěny na Petřínské rozhledně. Ve stejný rok se začaly sériově vyrábět vůbec první československé televizní přijímače značky Tesla. Od **25. února 1954** bylo televizní vysílání Josefem Vrabcem, náměstkem předsedy Československého rozhlasového výboru, prohlášeno za pravidelné. Úvodní slovo pronesl herec Národního divadla Jaroslav Marvan a česká filharmonie zahrála kantátu Václava Dobiáše *Buduj vlast, posílíš mír*. Vysílání tehdy probíhalo jen tři dny v týdnu, v létě dny dva, a kvůli vysokým nákladům na nákup televizních přijímačů probíhalo sledování televize především skupinově, v sokolovnách nebo restauracích. Koncesionářské měsíční poplatky ve výši 15 korun se začaly vybírat až od 1. ledna 1955. „*V tehdejším Československu se tak uplatnil model organizačního a institucionálního zakotvení televizního vysílání běžný v poválečné Evropě: státní monopol finančně podporovaný výběrem koncesionářských poplatků od domácností za užívání funkčního přijímače.*“ (Bednařík, Jirák, Köpplová, 2011, s.272)

Celodenní vysílání přišlo 29. prosince 1958 a druhý program byl přidán **10. května 1970**. O tři roky později na něm Československá televize zahájila barevné vysílání v systému

SECAM. Tak se televize postupně dostala do většiny československých domácností a měla zásadní vliv, z masových médií největší, na způsob života a myšlení veřejnosti. Denis McQuail ve své knize Úvod do teorie masové komunikace o televizi říká, že „... doplňuje tištěná média i rozhlas a současně je v některých ohledech „vytlačuje“, pokud jde o dosah, rozšíření a oblibu, a pravděpodobně i pokud jde o společenskou prestiž a věrohodnost.“ (McQuail, 2007, s.49) Jedním z prvních televizních žánrů bylo zpravodajství a hrálo i významnou roli při formování formátů jiných. Britská BBC zahájila pravidelné vysílání 1. listopadu 1936, na rozdíl od Československé televize, která si na svůj příchod počkala ještě sedmnáct let. I tak jsme ale v jednom aspektu byli první. Ve studiu před kamerou zasedla žena. (Štroblová, 2009)

Kamila Moučková vzpomínala v pořadu České televize 13.komnata na začátky: „Bylo to svým způsobem půvabné, protože na jaře 1956, kdy jsme televizní noviny začali vysílat každý den a já jsem tam od prvního okamžiku seděla, jsme pracovali snad jen v sedmi lidech a všichni jsme všechno dělali na koleně.“¹

2.1 Struktura televizního vysílání do roku 1989

V předchozí kapitole byly nastíněny počátky televizního vysílání u nás. Jak již bylo zmíněno, oproti zbytku světa, ve kterém se vysílání hojně zavádělo během třicátých a čtyřicátých let, jsme začali až v letech padesátých. Důvodem byl především historický vývoj Československa a také fakt, že původní experimenty v předválečném období byly přerušeny druhou světovou válkou a nacistickou okupací.

S přelomem šedesátých a sedmdesátých let přišlo pro obyvatele Československa možnosti využití více volného času, a to díky zrušení pracovní povinnosti v sobotu. Dalším logickým krokem tedy bylo rozšíření televizního vysílání a zvýšení počtu vysílaných pořadů, protože se najednou objevilo publikum, které po televizním vysílání toužilo. To mělo za následek, že páteční program končil v pozdních večerních hodinách a víkendové vysílání bylo téměř celodenní bez přerušení. Stěžejním bodem programu Československé televize se staly televizní seriály. Prakticky okamžitě se začaly těšit divácké oblibě a převzaly nadvládu.

Postupem času začaly vznikat i ideologicky orientované pořady, mezi takové se řadí například *Volná tribuna*, *Kompas* nebo *Perspektivy*, které oslavovaly režim a dávaly tím divákům najevo, že je vše v nejlepším pořádku. Redakce televize začala produkovat pořady

¹ 13.komnata Kamily Moučkové. 2006. In: *ceskatelevize.cz* [online]. [cit. 28. 3. 2018]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/1186000189-13-komnata/205562210800010-13-komnata-kamily-mouckove/>

natočené k příležitosti nejrůznějších důležitých výročí a také pravidelné magazíny jako byl *Zemědělský rok*, *Zadáno pro ženy*, *Auto-moto-revue*, *Azimut*, *Maják* nebo *Křeslo pro hosta*.

„Další pravidelností byly páteční večery věnované přírodním snímkům, zahraničním seriálům a televizním soutěžím. Nedělní dopoledne bylo vyhrazeno repríze seriálu. Večer pak začínal *Nedělní chvilkou poezie* a pokračoval původním seriálem. Světlo světa tak spatřily seriály *Okres na severu*, *Velitel*, *Povstalecká historie* nebo *Chlapci a chlapi*.

Vysílací schéma se po řadu let neměnilo, a i večery měly v týdnu svůj pravidelný rytmus: pondělí – bratislavská inscenace, úterý – film, středa – dokument, zábava, sport, čtvrtek – česká televizní tvorba, pátek – zahraniční seriál, sobota – zábava, film, neděle – divadelní inscenace, opera. Pomalu se ve vysílání začaly objevovat i přímé přenosy, kromě zpravodajství a sportu i Hudba z respiria, Televizní klub mladých nebo pořad Kontakt a několik zábavných pořadů – *Dva z jednoho města*, *Pět přání*, *Moje město*, *tvoje město*.“ (Štroblová, 2009, s. 137)

V současné době redakce fungují na základě tak zvaných „producentů center“, před rokem 1989 tomu ale bylo jinak. V televizi figurovali konkrétní producenti jednotlivých pořadů a celý proces výroby si zajišťovali sami. Do Sametové revoluce byla Československá televize rozdělena na více specializovaných redakcí – hlavní redakci zábavných pořadů, pořadů pro děti, zahraničních pořadů, zpravodajství, hlavní redakci publicistiky a dokumentaristiky, sportovní redakci a hlavní redakci hudebních pořadů. V čele každé redakce specializovaných pořadů byl vlastní šéfredaktor. Celé vysílání jako takové bylo řízené Hlavní redakcí programu, která sestavovala program televize na základě délky, obsahu a schématu jednotlivých pořadů. Podřízené jí byly i televizní hlasatelky, které organizovala vedoucí vysílání. Ta rozdělovala služby na každý den a tudíž určovala, kdo bude v určitý den vysílat.

Zahraněční pořady vybíralo takzvané Intervizní oddělení a mimo to poskytovalo i české a slovenské televizní pořady, spolu se sportovními přenosy. V rámci těch se každý týden konaly programové konference v němčině a ruštině, jejichž podstatou byla výměna, případně objednávání, zahraničních pořadů mezi jednotlivými intervizními členy. Československá televize si nejčastěji žádala německý zábavný pořad *Ein Kessel Buntes*, který byl mezi jejími diváky velmi oblíbený.

Po Sametové revoluci se v Československé televizi vše změnilo. Libor Batrla, nástupce dlouholetého generálního ředitele ČST, byl 27. listopadu 1989 odvolán. Novým generálním ředitelem byl zvolen tehdejší vládní mluvčí Miroslav Pavel. Ten „v *garážích přenosové techniky* 30. listopadu oznámil shromážděným pracovníkům, že televize přestala být ideovým

*nástrojem jedné politické strany.*² Ve stejném roce začala televizní signál vysílat televizní družice Astra, která měla dosah po celém evropském kontinentu. I to podpořilo zboření televizního monopolu a nástup nové éry. (Štroblová, 2009)

2.2 Různé pohledy na televizní publikum

„Soubor jedinců, kteří soustavně nebo příležitostně užívají média, přičemž se liší stupněm aktivity jako formy odstupu od médií a sklonu k vlastnímu způsobu recepce, tvorbě vlastního výběru a užití mediálních obsahů.“ Rovněž také *„ ... skupina složená z víceméně vzájemně si neznámých jedinců, na které se obracejí masová média...“* (Jaromír Volek in Reifová, 2004, s. 197, 200)

Dennis McQuail ve své knize Úvod do teorie masové komunikace nahlíží na různá publika z odlišných úhlů. Dle něj tak lze definovat publika podle, mnohdy i překrývajících se, několika způsobů. Publikum kategorizuje podle *místa* (lokální média, regionální tisk), podle *lidí* (věková skupina, gender, stoupenci určitého politického přesvědčení, příslušníci dané příjmové kategorie), podle *typu média* nebo *kanálu* (v tomto případě se jedná o technologické zpracování a organizaci), podle *obsahu sdělení* (styly, témata, žánry), podle *času* (zde má na mysli publikum takzvaně denní a publikum hlavního večerního času, případně krátkodobé a přelétavé publikum v porovnání s publikem stálým). (McQuail, 2009)

2.2.1 Genderově zabarvená publika

Vývojem doby a částečně i díky rozmachu feministickému hnutí se začalo čím dál více projevovat určité genderové zabarvení při sledování a užívání různých typů mediálních obsahů nebo sdělení. Jisté odlišnosti sice byly zřejmé už dříve, postupem času ale začalo přibývat určitých typů médií vytvářených a cílících přímo na ženy (paralelně i pro muže), které byly často ženami i produkovány, a to ať už šlo o časopisy nebo zamilované televizní romány. Stejně tak začaly být více vyhraněné a charakteristické mediální obsahy předkládány i mužskému publiku. Denis McQuail tento jev popisuje takto: *„Novinkou je zvýšený zájem o význam těchto odlišností a pátrání po tom, jak sociální konstrukce genderu ovlivňuje výběr médií a naopak. Genderově zabarvená zkušenost publika je složitým výsledkem určitého typu mediálního obsahu, typických každodenních rutinních činností a obecné struktury toho, co stále ještě můžeme označit jako „patriarchální společnost“ – nebo „svět mužů“, pokud se týká moci. Často citovaným příkladem je výzkum Radwayové (1984) zaměřený na soubor oddaných (to znamená skutečně závislých) čtenářek masově produkováných romantických příběhů.*

² Listopad 1989. In: [ceskatelevize.cz](http://www.ceskatelevize.cz) [online]. [cit. 28. 3. 2018]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/historie/ceskoslovenska-televize/listopad-1989/>

Radwayová se rozhodla objasnit nutkavou přitažlivost zamilovaných příběhů tak, že v první řadě přijala hlavní vysvětlení samotných čtenářek. Z tohoto pohledu nabízejí zamilované příběhy únik z každodenní reality vytvořený specificky pro ženy. Prvním typem úniku je samotné čtení, kterým si žena zajišťuje soukromý „prostor“ a čas chráněný před vpádem manžela a rodinných povinností; druhým typem úniku jsou příběhy, byť smyšlené, o ideální lásce, které ženám přináší citové uklidnění.“ (McQuail, 2009, str. 446-447)

Dalším žánrem, který utvrdil existenci a důležitost ženského publika, se staly rozhlasové a televizní soap opery. Mnohé studie (například Allen, 1989; Hobson, 1982 a 1989; nebo Geraghty, 1991) našly a definovaly spojení mezi formou vyprávění příběhů v rámci tohoto žánru a typickými znaky každodenních povinností žen v domácnosti, které zabírají převážnou část dne a jsou rozptýlené, tudíž neumožňují hospodyňkám věnovat čemukoliv delší a soustavnou pozornost.

„Mýdlové opery“, jak se název často do češtiny překládá, jsou skutečně žánrem sledovaným převážně a častěji ženským publikem, které jej vyhledává dokonce i přes fakt, že vědí o jeho nízké informační i kulturní hodnotě (Alasuutari, 1992). Z analýzy britských žen sledujících soap opery, kterou v roce 1988 zveřejnila Sonia Livingstone, vyplývá že tento žánr je skutečně v globálu považován za ženský a důvodem, proč jej hospodyňky nebo ženy v domácnosti sledují, je, že slouží jako námět k pozdějšímu rozhovoru s jejich vrstevnicemi, aby si nepřipadaly příliš vyloučené ze skupiny nebo jako důvod k zamýšlení nad vlastními každodenními zkušenostmi. (Livingstone, 1988)

Nezáleží na procentuálním zastoupení mužů a žen v publiku, abychom jej mohli definovat jako genderově zabarvené. Důležitým aspektem jsou jejich osobité a specifické zkušenosti, zaměřené na to, který gender reprezentují. Tyto odlišnosti se staly základem pro mnohé výzkumy užívání médií na základě preferencí mužů a žen a díky nim je možné co nejlépe uspokojit jejich potřeby. Anderson a kol. ve svém výzkumu z roku 1996 popsali, že ženy pod jistým tlakem a žijící ve stresu, se uchýlovaly ke sledování televizních her a různých varietních programů, a naopak stresovaní muži si spíše vybírali programy, které byly plné napětí, násilí a akce. To potvrdilo výrazné rozdíly, kterých si všímáme v běžném publiku. Oproti tomu existuje také spousta důkazů přítomnosti společného cíle, stejného chování i chápání vjemů, které hranice genderu stírají.

McQuail v knize Úvod do teorie masové komunikace dále zmiňuje, že „*dalším aspektem genderových odlišností publika je míra, v níž je složitý sociální akt užívání domácího média, jako je televize, ovlivněn vztahy mezi pohlavími a konkrétními sexuálními rolemi.*“ (McQuail, 2009, s.448) To vysvětluje na studii provedené Davidem Morley v roce 1986, který popsal

a vyzdvihl spoustu nepsaných pravidel, dohod a přirozených způsobů chování v rámci rodiny, například to, že určujícím článkem večerního sledování programu v televizi je obvykle muž, jakožto hlava rodiny. Naopak ženy obecně sledování televize neplánovaly dopředu a jen ve zlomku případů ji sledovaly soustavně, neboť je pro ně přirozené při zapnutém televizoru vykonávat domácí práce, či zcela ustoupit při volbě programu přáním ostatních rodinných příslušníků. „*Během sledování programu mluvily a připadaly si provinile, pokud se na televizi dívaly samy. Ženy mají sklon brát televizi jako pomůcku pro zmírňování rodinného napětí, usmiřování hádek a nastolování různé míry soukromí nebo družnosti při sledování programů.*“ (McQuail, 2009, s.448) Morley rovněž ve svém výzkumu popisuje případy, kdy muži použili večerní televizní program k jakémusi „vyrovnání účtů“ s manželkou po hádce. Sledování sportovního utkání považují pro svoji ženu za jakýsi trest. A stejně tak ženy, naskytne-li se jim této možnosti, zachovají se podobně a manželovi pustí telenovelu.

Zdeněk Sloboda k problematice polarizace publika média na základě genderu v knize *Genderová segregace českého trhu práce* píše: „*Média jsou všudypřítomná, strukturují náš čas, často i prostor, vyplňují naše volno, informují nás; jsou významným socializátorem přinášejícím vzory a vzorce chování, ideály, normy aj., které se také samozřejmě týkají genderu – představ o tom, jaký by měl být muž či jaká by měla být žena, jak by se měli coby muži či ženy chovat, oblékat, cítit atp. [viz např. Ranzetti, Curran 2003: 93ff; Oakley 2000: 99ff], nebo jaká zaměstnání jsou pro ně vhodná, ve kterých vynikají a kde selhávají. Dokonce jsou i samy formáty mediálních obsahů (žánry) genderovány – jsou jim přiřazovány maskulinní či femininní atributy a jsou vytvářena společenská očekávání od mužů a žen, aby konzumovali/y žánry, které jsou patřičné jejich genderu. Hovoříme o tzv. „mužských“ (zpravodajství, western, krimi, sportovní pořady) a „ženských“ žánrech. Mezi ty ženské (vedle např. kvízů, lifestyleových pořadů a nově třeba reality show) patří pávě televizní dramatické seriály, které se v anglické terminologii nazývají soap opery (někdy také mýdlové opery) či drama series či serials (dramatické seriály).“ (Křížková, Sloboda, 2009, s. 42)*

3 Metodologická část

3.1 Vymezení žánru

3.1.1 Televizní série

Štroblová (2009) se v knize *Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa* v rámci kapitoly *Specifické televizní žánry* jako prostředek výrazových možností televize vyjadřuje k televizní dramaturgii a programové skladbě. Jednou z podkapitol jsou i televizní série, které dále dělí na **soap opery a telenovely** a **televizní seriály a cykly**, což je žánr, který,

ač si nepokládá za cíl působit pouze na ženské publikum, je tímto publikem vyhledáván a zabývá se převážně ženskými tématy.

V zahraniční (převážně britské a americké produkci) je důsledně rozlišován rozdíl mezi pojmy „*série (series)*“ a „*seriál*“. V případě *series* jde o nekonečný sled epizod, kdy každá má svůj vlastní a s koncem dílu uzavřený příběh, a nejsou na sebe tudíž příliš navázané. Rovněž se objevuje omezený počet postav (typické pro sitcomy). Seriálem je myšlen navazující příběh na pokračování, který se s každou epizodou dále rozvíjí. Typické je oddalování happyendu/katastrofy. V československé, ale později i české, produkci však docházelo a stále dochází, především k prolínání těchto dvou formátů. Tento jev je ale v současné době patrný už ve většině západních zemí. Sledujeme jednotlivé epizody, jež vypráví vlastní příběh, vedle kterých se dál postupně rozvíjí dominantní dějová linka týkající s především hlavních postav, jejíž vyřešení přijde až na úplný závěr seriálu nebo sezóny. (Sloboda, 2009)

3.1.1.1 Televizní seriály a cykly z československé produkce

Na rozdíl od komerční soap opery, seriálová tvorba jako taková u nás známá byla. Liberálně smýšlejícímu publiku šedesátých let minulého století byly nabídnuty seriály jako *Fantom Opery*, *Taková normální rodinka* nebo historické *Byli jednou dva písaři*. Na obrazovkách ale dostaly prostor i seriály nové, které reflektovaly tehdejší realitu doby. Divácké publikum se tehdy setkalo s tvorbou scénáristy Jaroslava Dietla, vysílaly se seriály *Nejmladší z rodu Hamrů* a *Muž na radnici*. Živě se v letech 1962-1963 vysílal například komediální rodinný seriál *Tři chlapi v chalupě*. Podílel se i na tvorbě dalších kultovních československých seriálů jako *Nemocnice na kraji města*, *Žena za pultem*, *Synové a dcery Jakuba skláře* či *Inženýrská Odysea*. Všechny se těšily výrazné oblibě a Jaroslav Dietl jako vypravěč dokázal publikum zaujmout, dojmout a naprosto si podmanit televizní médium. Vedle vlastních scénářů a námětů přiváděl na televizní obrazovky i příběhy, které mu posílali samotní diváci. Úspěšný komediální cyklus *Bakaláři* se dočkal i repríz. Pozornost byla hojně zaměřená i na nejmenší diváky. Ve druhé polovině dvacátého století se pro děti natáčely například seriály *Arabela*, *Létající Čestmír*, *Pan Tau* nebo *Tajemství proutěného košíku*. K dalším oblíbeným patřily i dnes často reprízované seriály *Sanitka* a *Cirkus Humberto*, dále historické seriály jako *F. L. Věk*, *Byl jednou jeden dům* či *Náhrdelník*, který byl natočený v koprodukcii s německými tvůrci. Časté byly i pokusy o kriminální cykly, výsledkem tak byly detektivky *Hříšní lidé města pražského*, *Slavné historky zbojnické*, *Četnické humoresky*, *Malý pitaval z velkého města*, *Dobrodružství kriminalistiky* nebo silně kontroverzní seriál *30 případů majora Zemana*.

3.1.1.2 Soap opera a telenovela

Podle Ireny Reifové název soap opera označuje „... řadu melodramatických příběhů orientovaných na ženské publikum, které se poprvé objevily v americkém komerčním rozhlase“ (Jaromír Volek in Reifová, 2004, s.171). Denis McQuail jako typické rysy mýdlové opery označuje „současné realistické prostředí; spojitost charakterů postav a zápletek, jež souvisejí s aktuálními tématy; soustředění na vzájemně propletené osobní vztahy mezi hlavními postavami; výrazná snaha o to, aby se publikum identifikovalo s postavami a aby si vypěstovalo „návyk“ na program; zvláštní přitažlivost pro ženy v rodinném prostředí.“ (McQuail, 2009, s. 580)

Základní znaky soap opery popsalo již spousta autorů, základní jsou však tyto tři prvky: „(1) hlavním narativem je osobní život, který je tvořen každodenní realizací mezilidských vztahů, (2) obrovskou a spleťovou příběhovou strukturu a (3) absenci vývoje, kde nedochází k ukončení (happyendu), ale k jeho neustálému oddalování.“ (Ang, 1997 in Sloboda, 2009, s. 43) K těmto později John Fiske přidal ještě charakteristiky další „(4) čas seriálu běží paralelně s naším časem, čímž implikuje, že děj pokračuje dál, i když jej právě nesledujeme, (5) mužské postavy jsou tzv. citliví muži, (6) ženské postavy jsou často profesionální a silné i mimo sféru domova (7) a domov, či jiné místo zastupující domov, je centrálním dějištěm seriálu.“ (Fiske, 2003 in Sloboda, 2009, s. 43) Zdeněk Sloboda do svojí analýzy zahrnul i definici soap opery dle Dorothy Hobson, která tvrdí, že jejím hlavním rysem jsou „dílčí aspekty sociálního života, aspekty emocionálního života a příklady praktických věcí, s nimiž je třeba se vypořádávat. Centrálním konceptem soap opery je rodina a život v ní a mezi rodinami. Drama soap opery tkví v tom, jak rodina přežívá různé údery.“ (Hobson, 2003, s. 116 in Sloboda, 2009, s. 43)

Pořady formátu soap opery se začaly poprvé objevovat ve třicátých letech minulého století ve Spojených státech amerických a jedná se o jeden z nejstarších na sebe navazujících pořadů v rámci moderních médií. Jeho tvorba je spojená s firmami, které produkují výrobky pro domácnost a kteří se stali tomuto žánru sponzory. Firmy Procter and Gamble, Colgate-Palmolive nebo Lever Brother investovali do tohoto žánru kvůli ženám v domácnosti, které si našli denně čtvrt hodinu volného času, odtud délka jednotlivých dílů, které se postupně prodlužovaly, aby na chvíli unikly všední realitě. Při tom si všimly i chytře umístěné reklamy na jednotlivé výrobky, které hrdinům seriálu zázračně zlehčují život. Proto se využívá slova „soap“. Slovo „opera“ má reflektovat celkové pojetí, dlouhodobý tok příběhů a zvratů a silné a výrazné povahové rysy jednotlivých postav. Historický vývoj našich zemí ve 20. století ale způsobil, že až do devadesátých let jsme nemohli, a ani se nám nedostávalo příležitosti, tomuto

v podstatě reklamnímu žánru naplno podlehnout. Na divácké obrazovky tak přišly až s příchodem komerčních televizních stanic, konkrétně s TV NOVA v roce 1992. Ze zahraničí k nám tehdy jako první přišla americká telenovela *Dallas* a za ní následovaly italsko-argentinská *Manuela* a mexická *Esmeralda*. (Štroblová, 2009)

První pokusy o seriál tohoto formátu české produkce přišly v roce 2004. Televize Prima tehdy do vysílání uvedla seriál *Rodinná pouta*, který později změnil jméno na *Velmi křehké vztahy*. Už od prvního dílu byl uváděn v hlavním vysílacím čase a dvakrát týdně, svým formátem ale více inklinuje spíše k denní soap opeře. Odpovědí konkurenční komerční stanice TV NOVA byl v roce 2005 seriál *Ordinace v růžové zahradě*. Ten začínal v prostředí gynekologických ambulancí, postupem času ale seriál přešel převážně do chirurgického odvětví. *Ordinace v růžové zahradě*, na rozdíl od její konkurence, je doposud vysílána dvakrát týdně. *Velmi křehké vztahy* skončily po šesti letech s finálním počtem 429 epizod.

S typickou denní mýdlovou operou ale přišla TV NOVA hned v roce 2006 a diváci měli možnost zhlédnout první díl seriálu *Ulice*. Od té doby je vysílán každý všední den v podvečer a na konci dubna 2018 měl na svém účtu epizodu s pořadovým číslem 3456. Motiv skutečné ulice, která je vystavěna jako exteriér umožňuje, aby střídající televizní štáby s režisérem a autory scénářů mohli využívat více exteriérů a seriál tak navenek působil mnohem nákladnější, než ve skutečnosti je. Typickým rysem soap opery je kopírování důležitých momentů v životě diváků. Proto se i v seriálu objevují díly, které jsou v reálném čase spojené s Vánoci, Velikonoci, školními prázdninami apod. V roce 2007 *Ulice* vyhrála tři divácké ceny TýTý a i z toho důvodu byl přidán druhý půlhodinový díl. V současné době je vysílán pouze jeden, za to v hodinovém rozsahu.

Přesto, že žánr soap opera má své kořeny v Americe, rozšířil se postupem času i do celé Evropy a nejdéle vysílána soap opera *The Archers* běží už od roku 1951 na BBC 4. Jedná se o rozhlasovou soap operu a i v současné době dokáže jeden její díl přilákat k rádiím až 5 milionů diváků, další milion si každou epizodu poslechne na internetu. Seriály z britské produkce se na rozdíl od těch amerických zaměřují, a jednotlivé díly vystavují na problémech běžné populace a pracujícího lidu. Nejpopulárnějšími britskými sériemi tohoto typu jsou z počátku sedmdesátých let minulého století *East Enders*, jejíž jednu vánoční epizodu sledovalo více než třicet milionů diváků, *Coronation Street* a *Emmerdale Farm*. Od té doby bylo každodenní vysílání od pondělí do pátku bráno jako běžné. V Austrálii se na rozdíl od USA a Velké Británie zpočátku produkovaly pouze krátké série s přibližně padesáti díly. Zlomovým bodem v australském vysílání se stala série *Numer 96*, která se v roce 1972 zabývala kontroverzními tématy – homosexualitou, domácím násilím a rasismem. (Štroblová, 2009)

„S termínem soap opera souvisí i velmi specifické publikum, které dnes už zdaleka nečítá jen ženy v produktivním věku v domácnosti, ale i důchodce, ženy na mateřské, i nezaměstnané, a to nejen ženy, ale i muže. U soap oper v prime timu je pak složení již zcela odlišné a na Ordinaci v růžové zahradě nebo Ulici se dívá až 50 % diváků všech věkových kategorií. To také způsobuje, že návykové nabídce světa přátel, které vidí divák každý týden, nebo dokonce den, může introvertní nebo osamělý člověk snadno podlehnout a stát se tak členem fiktivní rodiny, která nabízí daleko víc než obyčejný, každodenní život. Ztrácí tak schopnost vlastní realizace a často i smysluplné komunikace s okolím.“ (Štroblová, 2009, s.114-115)

3.1.1.2.1 Základní typy soap opery

Na základě jednotlivých charakteristických rysů soap oper jsou rozlišovány tři základní typy tohoto žánru – denní (daily) soap opera, prime-time soap opera (tedy soap opera uvádění v hlavním vysílacím čase) a telenovela.

Denní soap opera je charakteristická pevně danými, často nazdobenými a luxusně působícími, interiéry. V ději figuruje jedna dominantní hlavní postava, okolo které se točí celý děj, je jasně zřetelný rozdíl mezi dobrem a zlem a osobnosti postav se nijak neposouvají ani nevyvíjí. V rámci zachování akčnosti děje se tvůrci často uchylují k extrémním řešením v podobě náhlých úmrtí hlavních postav nebo nečekaných zvrátů (typickou ukázkou může být zmrtvýchvstání Bobbyho Ewinga v seriálu *Dallas*, poté, co byl v seriálu k nevěli fanoušků zabit a celý rok byl prohlášen za pouhý Bobbyho sen). Do programu je zařazována v dopoledních nebo odpoledních hodinách, z čehož je patrné, že se snaží cílit na ženy v domácnosti, případně na teenagery, kteří se vrací ze školy. Seriály tohoto typu se, vzhledem ke každodennímu vysílání a vysokému počtu dílů, zaměřují především na reklamu, snaží se redukovat počty potřebných natáčení v exteriérech a valnou většinu dialogů se snaží natočit v jedné místnosti. Časová náročnost souvisí i s dalším typickým rysem – na produkci jednoho dílu se podílí velké týmy, střídá se hned několik režisérů, scénáristů a podobně. Výjimkou není ani to, že v jedné roli se navzájem alternuje více herců.

Telenovela má s denní soap operou mnoho společného. Větší důraz se v ní ale klade na stěžejní hlavní milenecký pár a jeho lásku, který ovšem neustále řeší problémy a běžné výkyvy z ráje. Typičtějším zakončením je happyend, najdou se ale i případy, kdy seriál skončí katastrofou. Další odlišností je už dopředu pevně stanovený počet vysílaných epizod.

Prime-time opera se od denní liší především tím, že je uváděna v hlavním vysílacím čase (prime-time) a její děj je podstatně dramatictější, ukazuje širší škálu postav, zápletky jsou realističtější a je vhodná i pro mužské publikum, protože se zabývá i tématy, která je zajímají a množství ženských a mužských postav je vyrovnanější než v případě denní soap opery.

Rovněž jsou vyšší i náklady na její tvorbu. Pro herce, kteří v nich účinkují, se často tato role stává přelomová, proslaví se jí a diváci si je v mnoha případech s televizní rolí ztotožní. Pro herce z toho však pramení několik nepříjemných faktorů. Jednak jsou časově natolik vytíženi, že je v podstatě nemožné zkombinovat hraní v jiném filmu spolu s rolí v soap operě, jednak získávají nálepkou herce určitého typu. V mnoha případech zmiňují i rutinu tzv. „neherectví“, která je však vyvážena dostatečným finančním ohodnocením. Štroblová dále zmiňuje, že „*soap opera je žánr, který odráží naši touhu po harmonii, po životních změnách a následných propadech, znovuvstání a lásce. Od dob reklamy na prášky na praní ušla kus cesty, ale příběhy, o kterých vypráví, jsou příběhy nás všech. Proto není třeba se o budoucnost tohoto žánru bát.*“ (Štroblová, 2009, s.116)

Mediální analýzu pohledu na české televizní seriály v období dubna až května 2008 provedl Zdeněk Sloboda. Zaměřil se v ní především na reprezentaci pracujících žen a jejich úlohu a roli v seriálu, stejně jako důvody, proč jsou tyto seriály pro české publikum produkovány a jak se liší od zahraniční produkce. „*Vzhledem k malému trhu (omezený počet diváků) a tradičnímu postavení seriálu jako pořadu pro hlavní vysílací čas je český seriál přirovnatelný spíše k tzv. prime-time soap operám, které necílí jen na ženy v domácnosti, ale víceméně na celou populaci včetně mužů, proto i výběr témat, dějů a konstelace postav je v nich méně „femininní“.* Proto ale je možné předpokládat, že český seriál pak bude více reflektovat hodnoty společnosti, tedy ty mužské, patriarchální, na úkor otevírání prostoru pro subverzi tohoto řádu, aby byl schopen oslovit většinového, tedy i mužského diváka.“ (Křížková, Sloboda, 2009, s.47)

3.2 Postup při analýze

Následující přehled vysílaných pořadů pro ženy byl sestaven na základě podrobné analýzy televizních programů. V případě pořadů pocházejících z období před rokem 1989 jsem využila dostupných vydání časopisu Týdeník Československé televize, který vycházel v průběhu let 1965 až 1989. Pořady jsem vybírala na základě krátkých anotací, které k nim byly v týdeníku napsané a klíčových slov (žena, móda, krása, rodina, děti apod.) v nich obsažených a celkového vyznění popisu pořadu. Tím je myšleno, že v případě takových relací bylo časté explicitně zmínit, že právě tento pořad je určen ženám a sestaven přímo ženám na míru, pro jejich radost a potěšení. Analogicky jsem postupovala i při sestavování profilů současně vysílaných pořadů tohoto formátu, přičemž jsem hojně využívala i dostupných videoarchivů daných pořadů na internetových stránkách, abych získala lepší obraz toho, jakým tématům se věnují a jak jsou podávána.

4 Analytická část

4.1 Pořady pro ženy v televizním vysílání před rokem 1989

V počátcích televizního vysílání nebyly produkovány pořady specializované pro jakékoliv publikum. Protože vysílání bylo nákladné, program Československé televize se zaměřoval především na informování o aktuální dění formou zpravodajských relací. Během šedesátých a přibližně do poloviny sedmdesátých let se pořady zaměřené na ženské publikum objevovaly víceméně sporadicky. Pořady pro ženské publikum, které začaly být zařazovány pravidelně, nacházely své místo v dopoledním středním vysílání, podle úspěšnosti byla o víkendu zařazována jejich repríza. Využívalo se také zvláštních výročí, jako například Mezinárodního dne žen.

4.1.1 Vysílání při příležitosti Mezinárodního dne žen

V tento den redakce často připravila krátké programové bloky. Ty se sestávaly například z písniček a hudebních nebo recitačních bloků určených ženám, záznamů různých zahraničních módních přehlídek nebo všemožných rozprav a většinou měly formu estrád. Například sekvence humoristických scének s názvem *Škola pro ženy* vysílaných ke svátku žen v roce 1967 přinesla první poznatky ze studia takzvané feminologie. Speciální vysílání k MDŽ si často připravovaly i jinak zaměřené redakce ostatních pořadů. Například pořad *MATES (Malé TElevizní Sázení)*, což byl zábavný formát, ve kterém probíhalo mimo jiné losování filmů, které se budou v příštích dnech vysílat, nebo předchůdce nynějších talkshows – *Dobrý večer, posad'te se!*, které k Mezinárodnímu dni žen nachystaly soutěže, hudební výstupy a komické scénky určené pro pobavení především dámského publika. V roce 1974 vysílala ČST ženám k jejich svátku speciální pořad. Zaměřila se v něm na ženy, které pracují jako specialistky protivzdušné obrany státu a přispívají tak k ochraně naší země, zároveň tím stírala hranici mezi striktním určováním mužského a ženského povolání. *Když se řekne žena* z produkce ostravského studia bylo o ženách ženám a oslavovalo něžné pohlaví jako věčnou inspiraci umění.

4.1.2 Občasné vysílané pořady zaměřené na módu a krásu

Záznamy módních přehlídek byly právě z jedním vůbec prvních pořadů zaměřených na ženské publikum. Šlo o exhibice velkých módních domů z Paříže, Milána i jiných módních velmocí, představení trendů pro nadcházející sezonu. Československá televize tyto záznamy zařazovala pokaždé a nezávisle na roční době, pokud měla příležitost tento formát divákům přinést. Módě a současným i navrátním se trendům se sporadicky věnoval i pořad *Kaleidoskop*. Určitou dobou byl do vysílání pravidelně zařazován pořad *Půlhodinka s módou*, určený ženám, ale i mužům, kteří o módu projeví zájem, ve kterém se představovaly sezónní

trendy a nejnovější kolekce obuvi, kabelek i šperků a jiných doplňků. *Deset minut pro vás – Krása pro každý den* poskytoval ženám rady, jak se líčit, využívat kosmetiku ke svému prospěchu, zakrývat nedostatky svojí pleti a celkově o ni pečovat. Divačky rovněž provedl celým výrobním procesem české kosmetiky značky Dermacol. V únoru 1989 pořádal v Praze módní přehlídku kolekce jaro-léto 1989 Burda-Moden, tehdejší největší módní časopis, který vycházel v 17 jazycích, a Československá televize její záznam darovala v březnu ženám k MDŽ a při té příležitosti oznámila i možnost, že se časopis od podzimu začne vydávat i v naší domovině.

4.1.3 Publicistické pořady

Publicistické pořady ČST se většinou zaměřovaly na všeobecná témata. Jednalo se o besedy nebo rozhovory s odborníky na řešenou problematiku a do vysílání se zařazovaly několikrát do měsíce. Některé díly cílily na určité publikum, jako například pořad z června 1972 s názvem *Kdy stát chrání ženu*. Českým ženám v něm formou besedy s pracovníky ministerstva práce a sociálních věcí zodpověděli na divácké otázky a přinesli důležité informace o tom, jestli například žena má v případě nástupu na mateřskou dovolenou rozvázat pracovní poměr, kolik kilogramů je dovoleno, aby žena v práci přenášela, kdy má rozvedená manželka právo na příspěvek na výživu nebo kdy může studentka uplatňovat nárok na dávky v mateřství. Bezmála hodinový pořad *Pátek nebo svátek* připravovala Československá televize ve spolupráci s časopisem *Žena a móda* a jednalo se o příležitostně vysílanou zábavnou relaci. Série *Holka nebo kluk?* bylo dalším z pořadů pro ženy, který vzešel z této spolupráce. Pro tehdejší dobu byl zajímavý a mírně kontroverzní díl občasného publicistického pořadu *Máte slovo* s podtitulem *Jaká jsi, emancipace?*, který se zabýval nejen pracovní dobou žen, ale řešil také jiné otázky spojené s rozdílným pohledem na ženské a mužské zástupce. V televizní diskuzi se vyjadřovaly ženy z různých odvětví a svěřovaly se se svými problémy, a to především s takzvanou „druhou směnou“, která je pro ně mnohdy náročnější než ta výdělečná. V bratislavském studiu se na tuto problematiku zaměřili též a vytvořili hodinový pořad s názvem *Když jsou mámy zaměstnané...*, který pojednával o postavení ženy-matky v československé společnosti.

4.1.4 Rodinná pošta

Čistě ženská témata se občas objevovala i v magazínech, které jinak cílily na širší publikum. Takovým příkladem může být třeba pravidelný pořad vysílaný v Československé televizi jednou měsíčně v letech 1968-1980 *Rodinná pošta*, který se zabýval různými tématy z každodenního, rodinného života. Ve svém repertoáru měl mimo jiné reportáže o otázkách bytové kultury, o výchově mimoškolních dětí či zvelebování zahrady. Najdou se ale i témata

plná receptů na to nejlepšího vánoční cukroví, rad, jak správně vydekorovat byt na blížící se svátky, poznatků, které pomohou mladým ženám vycházet se svou tchýní a být u ní v oblíbené nebo doporučení a sdílení zkušeností, jak najít ideálního manžela a jak se správně postarat o rodinu. Svým divačkám redakce představovala například i nové značky kosmetiky, které se objevily na našem trhu. Klasickou náplní byly i reportáže o nových výrobcích, které mají ženám usnadnit práci v domácnosti nebo na chatě a chalupě. Několik dílů pořadu se rovněž zabývalo radami, jak se naučit žít v čerstvém, novomanželském vztahu nebo jak se vypořádat s problémy, které přichází v době očekávání potomka. Často opakujícím tématem byly reportáže spojené s výchovou dětí – jak jim správně zařídit pokojíček, podle čeho vybírat letní tábory a program na letní prázdniny, co vede k jejich spokojenosti a podobně. V roce 1972 navíc v rámci pořadu probíhala soutěž, ve které se hledala nejideálnější žena-matka-manželka.

4.1.4.1 Ženy ženám

Ženy ženám byl pořad o kráse, který částečně předcházel magazínu Rodinná pošta. Stěžejními tématy bylo především líčení, moderní účesy, tipy, jak se udržet fit nebo besedy o každodenních problémech, se kterými se ženy běžně setkávají a musejí se s nimi vypořádávat. Vysílal se v patnáctiminutových blocích, ale jeho vydávání bylo po nějakém čase zastaveno. Důvodem byl názor vedení Československé televize, potažmo režimu, že ženy v socialismu neřeší žádné specifické problémy, o kterých by bylo potřeba diskutovat.

4.1.5 Lékař a vy

Lékař a vy byl pravidelný magazín, který se, jak už název napovídá, zaměřoval na medicínská témata a tím pádem většinu času cílil na publikum nedefinovatelné pohlavím. Na řadu ale přišly i reportáže, které se zabývaly typicky ženskými problémy a onemocněními. Objevovaly se i takové, které radily, jak se vypořádávat s chorobami a s problémy dětí, které musí ženy umět zvládnout. Takovým příkladem může být koktání u dětí předškolního věku. Redakce popsala, jak celý problém vzniká, kde vyhledat pomoc a jak trénovat doma. Rovněž maminkám poskytovala rady, jak správně stravovat své dítě, aby mu nehrozila dětská obezita. Těm novopečeným radila s přirozenou výživou kojenců v prvních šesti měsících. Svě divačky v reportážích seznámila s nejnovějšími a spolehlivějšími formami antikoncepce – hormonální a nitroděložní a přinesla informace o stále zvyšujícím se procentu rizikových těhotenství, což zdůvodnila tím, že se stále zvyšuje počet žen, kterým bylo i přes problémy povoleno a umožněno otěhotnět. Zvýšenou pozornost si vysloužila i témata týkající se jednoho z nejobávanějších ženských onemocnění, karcinomu prsu a děložního čípku. Divačkám redakce celý problém objasnila, vysvětlila důležité zásady prevence a možnosti, jak alespoň snížit riziko

tohoto onemocnění, stejně jako uvedla nejrizikovější faktory – kouření, střídání sexuálních partnerů a příliš brzký nástup sexuálního života. Rovněž názorně demonstrovala způsoby, jak provést samovyšetření prsu doma. Touto cestou se snažila promluvit do duše těm ženám, které možnost takového onemocnění braly na lehkou váhu a k lékaři docházely často bohužel až v pozdních stádiích choroby, kdy současná medicína už nebyla schopná stoprocentně účinné léčby.

4.1.6 Zadáno pro ženy

Zadáno pro ženy byl pravidelný měsíčník vysílání Československou televizí, které připravoval tým redaktorů publicistiky a dokumentaristiky z brněnského nebo ostravského studia v čele s režisérem Fuksou (Brno) nebo Klegou (Ostrava) a provázela jím, mimo jiné účinkující, pražská herečka Lorna Vančurová. Pořad měl přibližně třičtvrtěhodinovou stopáž a byl většinou složený ze sedmi až osmi samostatných reportáží, které ne vždy byly založeny na příbuzných tématech. Za rok bylo odvysíláno zpravidla deset dílů tohoto magazínu, protože během letních prázdnin byla jeho tvorba pozastavena. V ojedinělých případech se magazín objevil i dvakrát do měsíce, to však pouze v případě nějakého zajímavého a aktuálního tématu. Celý blok byl téměř pokaždé zakončen krátkou módní přehlídkou z různých koutů naší republiky, ať už se jednalo o přehlídky z velkých oděvních podniků jako OP Prostějov, nebo o lokální přehlídky od švadlen z menších měst. Podle výzkumů provedených v době vysílání tohoto pravidelného magazínu se jedná o nejlépe hodnocený pořad. Jeho cílovou skupinou byly především mladé nebo nastávající maminky, některá témata se ale zaměřovala i na ženy vyššího věku.

Mezi opakující se reportážní témata patřila například série „**Jak znovu získat pěknou postavu a udržet si ji**“. Ženám radila s pravidelným cvičením a uváděla i jeho zábavné formy – jako například lekce stepu. Natáčely se reportáže o různých pohybových aktivitách nebo přímo z posiloven, radila se zdravou výživou a navrhovala různé zdravé a chutné pokrmy. Seznámila ženy s racionální výživou a jak správně sóju nebo ovesné vločky uvařit. Snažila se je také vyděsit tabulkou obezity, která pro české ženy nebyla ani v nejmenším příznivá a uvedla tipy, jak se vypořádat s cukry a tuky v jídelníčku.

Další z oblíbených sérií reportáží měla název „**Motoristické okénko**“ a byla zaměřena na ženy-řidičky. Humornou formou zde bylo vysvětlováno například couvání, zásady silničního provozu a všechny údajné problémy, které ženy při řízení mají. Nedílnou součástí byla i názorná ukázka toho, jak vše v automobilu funguje a co dělat v případě defektu a jak jej opravit bez pomoci mužské síly.

Každý měsíc přinesla redakce také spoustu tipů ohledně **bydlení**, jeho zvelebování a chodu rodinné domácnosti, radila hospodyňkám se sázením těch správných truhlíkových květin, ale pomáhala i s volbou nejvhodnější pokojové rostliny. Divačkám radila, jak si zvelebit bydlení pomocí bytových doplňků a dekorací, a při té příležitosti představovala malé firmy, které se jejich výrobou a prodejem zabývaly. Informovala také o osvědčených tricích, se kterými se v dopisech svěřovaly divačky, jak například odstranit nejrůznější skvrny. Klasikou bylo i nejrůznější kuchařské umění. V takových reportážích se redakce zaměřovala nejen na tradiční recepty podle Magdaleny Dobromily Rettigové, ale přinášela i tipy na recepty „co dům dal“, nebo nové, kreativní a zdravější recepty.

V sérii reportáží, které se zaměřovaly na **zdraví a péči o sebe sama** se divačky seznámily s ozdravnými technikami z Dálného východu, konkrétně akupunkturou a akupresurou a dozvěděly se o jejich mnohých blahodárných účincích. Dále si například vyslechly několik tipů, jak předcházet křečovým žilám v případě zaměstnání, ve kterém jsou celý den na nohou. Společně s redakcí také dostaly příležitost navštívit Ústav lékařské kosmetiky. V jedné z reportáží jim byla představena žhavá novinka na tehdejšímu trhu – epilace. Vysíláno bylo i vcelku kontroverzní téma, které se zaměřilo na různé formy antikoncepce a miniinterruptci u mladých žen. Pro ženy-kuřačky byl speciálně vyhrazený díl, ve kterém se je redakce snažila informovat o škodlivých látkách, které se jim do těla s kouřem dostávají, o následcích a také možnostech, jak tomuto zlovyku odvyknout. V rámci dílu Malý domácí lékař zase bylo divačkám nabídnuto spousta rad a „babských triků“, jak zahnat všemožné choroby a neduhy, a to jak u dospělých, tak dětí. Časté byly i reportáže speciálně věnované neobvyklým potravinám, které mají blahodárné účinky na náš organismus a zdraví jako takové a pomáhají nám, abychom se cítili lépe.

Pravidelně byly do *Zadáno pro ženy* zařazovány i reportáže ze série „**právní poradna**“ a právníci spolu s odborníky divačkám v této oblasti poskytovali rady a odpovídali jim na jejich dopisy. Řešenými tématy byly nejen rozvody, ale také případy z opačného konce – partnerské soužití bez oddacího listu. Pozornost se upřela i na neprovdané matky samoživitelky, které byly závislé na pomoci státu. Začínajícím hospodyním vysvětlili, na jaké státní příspěvky mají nárok a jak s nimi nakládat, podobně pomohli i mladým novomanželům naplánovat rodinný rozpočet.

V reportážích, která se zabývaly **emancipací** žen, se pořádaly besedy o problematice dvoukariérových manželství a o tom, jak zvládnout svůj čas rozdělit rovnoměrně mezi rodinu a práci, nebo také tlaku, který je na ženy vyvíjen poté, co dorazí domů z práce a začínají svoji takzvanou druhou směnu, která je mnohem náročnější než ta výdělečná. Ženám bylo

doporučeno, aby si zkusily zařídit pružnou pracovní dobu, což by jim přineslo lepší podmínky pro zvládání ranního stresu, kdy musí připravit děti do školy nebo školky.

Do každého dílu bylo zařazeno i představení nových knih, které by se divačkám mohly líbit. Zároveň se při té příležitosti losovalo z diváckých dopisů, kdo získá knihy z minulého vydání pořadu. Časté byly i besedy o knihách na různá témata. Další skupinou reportáží na pokračování byla „**Poradna společenského chování**“, ve kterém byly připomínány základní pravidla etikety a řešilo se vhodné oblečení do společnosti. Z výjimečně zajímavých reportáží stojí za zmínění i užitečná instruktáž, jak se ubránit násilníkům nebo prohlídka zákulisí redakce oblíbeného časopisu Vlasta. Téměř žádný pořad určený ženám se neobejde bez dětí a ani zde tomu nebylo jinak. Vysílaly se reportáže ze školních jídelen, ženy dostávaly užitečné tipy, jak se vypořádat s nástupem dítěte do školy a jakou takové dítě potřebuje péči, případně jak svoji ratolesti nejlépe poskytnout první pomoc při jakémkoli úrazu nebo nemoci.

4.1.7 Shrnutí

Svůj předpoklad o malém množství pořadů zaměřených na ženské publikum v předlistopadové době jsem si po analytickém zkoumání jednotlivých výtisků Týdeníku Československé televize potvrdila. Čím více jsem se však blížila hraničnímu roku 1989, tím častěji se tyto nepravidelné relace objevovaly, většinou ve formě různých typů publicistických pořadů, které se zabývaly především aktuálními tématy. Jedním z nejvýraznějších bylo téma emancipace a budování kariéry. S příchodem magazínu Zadáno pro ženy se tyto střípky spojily dohromady a vycházely pravidelně každý měsíc v podobě třičtvrtěhodinky ženských témat. To, že se pořad většinou dočkal v rámci měsíce i reprízy a spousta reportáží byla iniciována na základě dotazů divaček, které do studia posílaly dopisy svědčí o tom, že program jim byl sledován a ženy evidentně měly zájem o mediální obsah tohoto typu a jistě by si zasloužil více prostoru, než se mu tehdy dostávalo.

4.2 Pořady pro ženy v současném televizním vysílání

Oproti situaci před rokem 1989 je v současném televizním vysílání pro ženy znatelný posun především v množství programů, které se ženám předkládají a možnostech, které představují. Na rozdíl od sporadického předlistopadového vysílání fungují v současnosti celé televizní stanice, které se profilují tím, že jejich cílem je vytvářet a vysílat obsah zaměřený na ženskou část publika (např. Prima LOVE, Fashion TV). Dále jsme svědky stále masivnějšího mezitelevizního odkupování zahraničního obsahu, díky čemuž se k nám dostávají žánry a formáty, které se v českém prostředí nevytváří, většinou z důvodu nízkého rozpočtu a menší divácké základny. Následující přehled pořadů, eventuálně celých televizních stanic, pro ženy

byl vytvořen analogicky jako výčet těchto pořadů z období před rokem 1989, a to na základě analytického zkoumání současného televizního programu, anotací a daných klíčových slov.

4.2.1 Veřejnoprávní televize

Veřejnoprávní televize si dává za úkol produkovat a uvádět obsah pro všechny možné skupiny diváků. Je tedy přirozené, že se objevil pořad, který přímo cílí na ženské publikum a funguje dlouhodobě. Vedle zde probírané relace *Sama doma* bychom mohli jako částečně na ženy zaměřený považovat i pořad *Pošta pro tebe*. Do této kategorie se hodí právě díky silným emocím, které jsou v průběhu pořadu při shledání ztracených osob projevovány a pocitů radosti a zklamání, které je provází, na základě čehož může být více vyhledáván právě ženami, které už od přírody více tíhnou k emocionálnímu procítění.

4.2.1.1 Sama doma

Sama doma je živě vysílaný, kontaktní publicistický pořad České televize, který cílí především na ženské publikum. Svým divačkám přináší zajímavý program nabitý inspirací, zábavou a informacemi. Zároveň se počítá s okamžitou divačskou reakcí v diskuzi. V pořadu se opakuje několik rubrik a informace jsou doplňovány přímo hosty, lékaři, sociology, psychology nebo jinými zajímavými osobnostmi, ze studia. Nezapomíná se ani na představování nových trendů v módě, ale i na líčení, nejmodernější účesy a podobně. Vyhlášena bývá také soutěž o různé zajímavé ceny. Pořad se vysílá na prvním programu ve všední dny půl hodiny po poledni a trvá devadesát minut. Během roku se odvysílá asi sto šedesát dílů a každý z nich obsahuje v průměru osm různých témat a hostů. Úplně první díl byl divačkám představen v září roku 1998 a jejich typická znělka se brzy stala symbolem. Od té doby ale *Sama doma* prošlo mnohými změnami. Po devíti letech fungování pořadu například ČT přidala vysílání z Brna a Ostravy, které je zařazováno v pátek. Ta nejaktuálnější změna pochází z ledna letošního roku (2018), kdy došlo k prodloužení vysílací doby na výše zmiňovanou hodinu a půl, do té doby měl pouze hodinovou stopáž. Díky tomu se ve studiu objevuje více odborníků a pořad je více zaměřený i na diváky. Větší interaktivitu s diváky slibuje i nová rubrika. V té půjde o hubnutí v přímém přenosu a ženy, které se do ní přihlásily, budou s redaktorkami i ostatními divačkami v neustálém kontaktu. Pořad původně vznikl jako formát cílící jen a pouze na ženské publikum, postupem času si ale do jisté míry našel i část publika mužského. Jeho publikum je heterogenní, co se týče věku, vzdělání i sociálního statusu. Česká televize je v současné době jedinou stanicí, která má ve svojí nabídce živě vysílaný, interaktivní a rodinný pořad. Sami se profilují jako pořad, který je s diváky při jejich rodičovských povinnostech i radostech, radí jim při řešení osobních, rodinných i pracovních problémů a přináší inspiraci do jejich života.

Pohledem na mediální projekci genderu, zde konkrétně v pořadu *Sama doma*, se zabývala Jana Valdřová. Popsala jednotlivé projevy stereotypů a klíšé týkající se genderu a podala obraz v pořadu probíraných témat, stejně jako schopnosti moderátorek tato témata nastolovat nebo dále rozvíjet debatu o nich. „*Výběr témat se nijak neliší od náplně ženských časopisů: móda, kosmetika, péče o zdraví žen a dětí, hubnutí, výživa. Opakují se návštěvy bylinkáře. Pořad poměrně důsledně doplňuje základní zdravotnickou osvětu. Chybí obraz moderní ženy, spojení s praxí, svěží nápady. Není odvaha pozvat mediálně neotřelé hosty. Zřídka se objevují problémová témata, moderátorky si očividně nevědí rady s jejich inscenací, popř. se od nich rychle utíkají opět do bezpečí domova,*“ (Valdřová, 2001, s.197)

Valdřová dále ve svém článku zmiňuje, že pořad jako takový ani nejeví známky snahy zvýšit ženskou víru v sebe sama a své schopnosti, moderátorky se rovněž nesnaží prosazovat názor, že by se ženy měly hlasitěji ozvat ohledně svých požadavků a ani se nepokouší reagovat na takovou výzvu některého z hostů. Stejně tak se záměrně vyhýbají rozhovorům na téma sebeprosazení ženské individuality a snaží se v takových případech odvést řeč jinam. Pořad tedy skutečně působí a realitu vykresluje tak, jak jeho název napovídá, že žena je v domácnosti na vše sama, už jen proto, že relaci zoufale chybí jakýkoliv mužský prvek, a nemusí se snažit cokoli změnit. (Valdřová, 2001) „*I přes světovost a vysoký ekonomický standard ženských hostů pořadu je znát snaha představit je jako „obyčejné ženy s obyčejnými starostmi“.* Rovnostářsky se tím vychází vstříc dosavadní všeobecné nevraživosti veřejnosti vůči ženám, zaměstnávajícím personál pečující o děti a domácnost.“ (Valdřová, 2001, s. 198)

4.2.2 Komerční televize

Komerční televize mají, alespoň částečně, příznivější půdu i prostředky pro produkci vlastních nebo odkupování zahraničních pořadů tohoto formátu. Na uvádění pořadů, které alespoň částečně cílí na ženské publikum zůstává ve skladbě programů více místa a mohou si dovolit více experimentovat s různými formáty, a to nejen díky finanční základně, která pro ně pramení z reklamy.

4.2.2.1 TVNOVA

Televize Nova je domovskou stanicí již zmiňovaných soap oper *Ordinace v růžové zahradě* a *Ulice*. Typově jsou si velmi podobné, divák v nich nesleduje pouze jedinou hlavní dějovou linku, ale spoustu příběhů, které se navzájem proplétají, jsme svědky vývoje různých mezilidských vztahů, trápení i radostí, a to vše ve více méně stálém prostředí. Jak již bylo popsáno výše, *Ordinace v růžové zahradě* začínala v prostředí dětských a gynekologických ordinací. Postupem času přešla na chirurgické oddělení a ambulance plastické chirurgie.

I v tomhle přesunu místa hlavního děje je znatelná snaha přiblížit se většímu spektru publika, zde tedy touha po přilákání více diváků z řad mužů. V *Ulici* se dějově míchají a spojují osudy různých postav. Velké zastoupení mají i silně charakterové mužské role s významným postavením. I to se dá, stejně jako u *Ordinace*, částečně chápat jako snaha zaujmout mužské publikum. Jak už ale bylo popsáno, tento jev je pro české prostředí typický, především proto, že česká divácká základna není tak velká, jako například ve Velké Británii nebo Spojených státech, aby se mohlo dělit do menších skupin.

4.2.2.2 FTV Prima

Seriál *Rodinná pouta*, respektive *Velmi křehké vztahy*, které jsem v této práci zmínila výše už je ukončený, televize Prima jej však v současné době začala každý den reprízovat. Své místo reprízy našly chvíli před patnáctou hodinou, tedy v době, kdy se ženy vrací domů z práce, případně mládež ze školy. Do schématu aktuálně vysílaných formátů tohoto žánru zapadají seriály *Modrý kód* a *Ohnivý kuře*. *Modrý kód* je typický seriál z nemocničního prostředí, což je vzorec, který je v českém prostředí oblíbený a ozkoušený (seriály nejen z konkurenčních komerčních stanic, ale předlistopadová *Nemocnice na kraji města* nebo *Sanitka*). Zasazen je do prostředí urgentního příjmu a příběhy doktorů, záchranářů, zdravotních sester i pacientů v jednotlivých epizodách jsou inspirované skutečnými událostmi reálných lidí. Do programu je zařazován dvakrát týdně, v pondělí a ve středu, a je uváděn v hlavním vysílacím čase v hodinovém bloku. *Ohnivý kuře* divákům předkládá příběh dvou kamarádů, kteří po propuštění z vězení přijdou do malého města, ve kterém jeden z nich zdědil hospodu. Začnou ji rekonstruovat a spustí tím kolotoč událostí, do kterých jsou postupně zapojováni různí obyvatelé města. Do vysílání je zařazováno také dvakrát týdně, stejně jako *Ordinace v růžové zahradě* na konkurenční stanici TV NOVA, v hlavním vysílacím čase v úterý a ve čtvrtek. V současné době je však známá informace, že seriál bude na konci letošního března ukončen.

4.2.2.3 TV Barrandov

4.2.2.3.1 Máme dítě

Pořad *Máme dítě* se na TV Barrandov vysílá od roku 2011. Do programu je zařazen v neděli po obědě a má asi třicetiminutovou stopáž. Jeho moderátorkou je Iva Kubelková a ve studiu jsou hosty odborníci z řad lékařů, psychologů nebo výchovných poradců, ale také veřejně známé celebrity, které jsou rodiči a přivedou si své děti s sebou. Schéma je vystavené jako rozhovor na určité téma, prostřednictvím kterého hosté předávají divačkám své tipy a rady s výchovou dětí a pomáhají jim zvládat některé náročné situace, které toto období provází.

4.2.2.3.2 Babinec

V roce 2014 přišla TV Barrandov s pořadem *Babinec*. Jedná se o publicistickou relaci, která má formát talk-show, vysílá se každý všední den v podvečer a je jí vyhrazeno půl hodiny. Moderátorské dvojice v současné době tvoří Heidi Janků s Josefem Aloisem Náhlovským a Olga Šípková s Vladimírem Hronem, kteří si do studia zvou dva hosty. Na řadu přichází všemožná témata, která baví nebo trápí ženy, jako je krása, nejnovější trendy, diety nebo jak si najít čas na sport. Následující den dopoledne je vysílána repríze předešlého dílu. Původně byly moderátorkami čistě ženy, místo J. A. Náhlovského pořadem spolu s Heidi Janků provázela Denisa Jeřábková a Vladimír Hron zase nahradil Evu Skalickou. Od této obměny si stanice slibovala především přilákání většího publika, mimo jiné i části mužů, aby se pořadu zvýšila sledovanost. Podle dostupných údajů jej za časů dua moderátorek sledovalo méně než sto tisíc diváků a nebyl tak pro TV Barrandov perspektivní. S příchodem bavičů Náhlovského a Hrona se to ale změnilo.³

4.2.2.3.3 Popelka

Popelka je soutěžní pořad, ve kterém se čtveřice žen předhání, která z nich zvládne v omezeném čase (devadesát minut) a s omezeným rozpočtem (10 000Kč) a na zadané téma poskládat v obchodním centru lepší model. Zatímco jedna pobíhá se svým módním guru, kterého si vybrala na pomoc, z obchodu do obchodu a shání nejlepší kousky, zbylé tři účastnice jsou u ní doma a prohlíží a hodnotí obsah její skříně. Výsledný outfit pak nehodnotí pouze stylistka Filip Vaněk a kadeřník Tomáš Arsov, ale i ostatní soutěžící, které jí udělují body a ta, která jich dostane nejvíc, vyhrává. Pokud se ovšem stylistka s kadeřníkem nerozhodnou jinak. Nákupy si domů odnáší všechny, vítězka k tomu navíc získá ještě další ceny v hodnotě několika desítek tisíců korun. V rámci stanice Barrandov Plus, na které je pořad uváděn, se jedná o jednu z nejsledovanějších relací. Formát stanice převzala v roce 2015 od slovenské televize JOJ, která svůj pořad *Nákupné maniačky* vysílá od roku 2013.⁴

4.2.2.3.4 Maminka

Magazín *Maminka* je dalším z pravidelných pořadů televizní stanice Barrandov, který se vysílá každý týden. Provází jím Eva Decastelo a do studia si každou neděli k rozhovorům zve české

³ Babinec (pořad). In: *barrandov.tv* [online]. [cit. 14. 4. 2018]. Dostupné z: <https://www.barrandov.tv/video/124709-babinec-23-4-2018>

⁴ Popelka (pořad). In: *barrandov.tv* [online]. [cit. 14. 4. 2018]. Dostupné z: <https://www.barrandov.tv/popelka#sec-info>

odborníky z různých odvětví i slavné matky, aby společně divákům předali tipy, jak co nejlépe pečovat o své dítě.⁵

4.2.2.4 Prima Love – rodinná dramata a romantické filmy a seriály

Prima Love je jedním ze sesterských kanálů multiplexu FTV Prima. Jeho uvedení na televizní obrazovky proběhlo symbolicky 8.března 2011, tedy na Mezinárodní den žen. Právě na ženské publikum totiž směřuje většinu svého obsahu. Program této stanice se sestává především z typických amerických seriálů a soap oper, například *Zoufalé manželky*, *Chirurgové*, *Sex ve městě*, *Super drbna*, *Chůva k pohledání* apod., které sice nejsou skálopevně a bez výjimky určeny ženám, nicméně právě ony je nejvíce vyhledávají. V hojném počtu jsou zde zastoupeny i oblíbené zahraniční telenovely, můžeme uvést například tureckou *Tisíc a jedna noc*. Pravidelně jsou zde vysílány i u žen oblíbené romantické příběhy z dílny Rosamunde Pilcher. Dále je využíván k reprízování archivních děl seriálů z domovské Primy, jako například *Velmi křehké vztahy* (eventuálně jim předcházející *Rodinná pouta*) nebo *Letiště*. Do vysílání jsou zařazovány i zahraniční talentové shows jako *Amerika má talent* nebo *American X Factor*. Svoji vlastní reality show vysílala Prima Love v roce 2012 a jednalo se o *Hotel Paradise*.

4.2.2.5 Fashion TV (Czech & Slovak) – televizní stanice plná módy a životního stylu

Fashion TV je mezinárodní televizní stanice, která se zabývá módou, luxusem a životním stylem. Její česko-slovenská verze funguje od roku 2011 a řídí Gabriela Drobová. Už od svých počátků televize vysílá nejen kabelově a přes satelit, ale rovněž si celý její obsah mohou diváci pustit i na internetové platformě. Už svojí podstatou se snaží především oslovit ženskou část publika, ale i muže s velkým nadšením a zájmem pro módu. Vysílá reportáže ze společenských událostí, všemožných večírků, módních přehlídek, informuje o nových značkách kosmetiky, oblečení nebo make-upu na trhu a zabývá se lifestylem. Přináší rozhovory s vysoce postavenými lidmi z těchto oblastí. Převážná část moderátorek jsou současné nebo bývalé modelky, případně některé z Českých Miss či populárních bloggerek, které jsou vykreslovány jako ženský ideál.

4.2.3 Další formáty

Kromě již zmíněných a popsaných formátů můžeme do kategorie „pro ženské publikum“ zařadit i některé jiné typy pořadů. Ukázkovým příkladem mohou být televizní relace

⁵ Maminka (pořad). In: *barrandov.tv* [online]. [cit. 20. 4. 2018]. Dostupné z: <https://www.barrandov.tv/program/#modal124773>

Prásk (TV NOVA), *TOP STAR magazín* (FTV Prima) a *Paparazzi* (TV Barrandov). Všechny se zaměřují na novinky ze života celebrit, skandální odhalení a čistě bulvární témata, což je obsah, který, i když není tvořen speciálně pro ženy a touží po pozornosti celého spektra, právě ženská část vyhledává intenzivněji. Z různých vysílaných reality shows stojí za zmínku, kromě výše uvedeného *Hotelu Paradise*, například *Výměna manželek*, která na TV NOVA běží v současné době už deset let. Jde o televizní reality show původem z Velké Británie (*Wife Swap*), která je založena na tom, že si dva páry, zpravidla z odlišných sociálních tříd, na deset dní prohodí manželky (matky) a jsou při tom neustále sledováni a dokumentováni televizním štábem. Běžně tak vychází na povrch nedostatky, časté jsou i hádky způsobené odlišným pohledem na chod domácnosti. Svým průběhem tedy připomíná typickou denní soap operu, avšak s tím rozdílem, že postavy jsou opravdové a v televizní show je zobrazován skutečný život, namísto příběhu uměle vytvořeného scénáristy. Vedle *Výměny manželek* můžeme ze stejných důvodů postavit i *Malé lásky*, což je další rodinná reality show z dílny TV NOVA, která dokumentuje průběh těhotenství padesáti nastávajících maminek, jejich pocity, práci doktorů a porodních asistentek a příchod dítěte do rodiny.

FTV Prima má v plánu od konce dubna 2018 začít vysílat zcela nový formát pořadu. Přípravují reality show, která bude dokumentovat život slavné rodiny Štikových. Divákům se naskytne příležitost nahlédnout do zákulisí života Ornelly, Josefa a Quentina Koktových, Moniky Štikové a jejího manžela Michala a tyto osobnosti doplní Charlotta Štiková a její přítel Ivko. Show příznačně ponese název *Štiky* a bude založena na vzoru oblíbené a dlouhodobě úspěšné americké reality show *Keeping Up with the Kardashians*. Rodinu slavných Kardashianových sledují Američané už čtrnáctou sezónu a prošli s nimi spoustou životních změn, včetně změny pohlaví z otce Bruce Jennera na Caitlyn Jenner, vyvstává tedy otázka, nakolik jsou Štikovi atraktivní a jestli je české publikum vůbec připravené na takový formát pořadu. Televizní štáb s nimi trávil čas po dobu tří měsíců (od prosince 2017 do února letošního roku) v jejich domě v Praze, ale i na ostatních lokacích, mnohdy i více než dvanáct hodin denně.⁶

Na televizní stanici TV Barrandov jsou vedle popsaných formátů pořadů uváděny i pořady *Nebezpečné vztahy* a *Aféry – neuvěřitelné životní příběhy*. Oba se zabývají problémy, které partneři řeší v mezilidských vztazích, ať už přátelských nebo partnerských. V případě

⁶ Štiky (o pořadu). 2018. In: *iprima.cz* [online]. [cit. 22. 4. 2018]. Dostupné z: <https://prima.iprima.cz/stiky/o-poradu>

Nebezpečných vztahů je kromě dopředu předtočených epizod vysílána i verze živě přímo ze studia, kde mají diváci možnost sledovat rozpady do té doby mnohdy idylických vztahů v přímém přenosu na televizních obrazovkách. V Aférách se svěřují s mnohdy tabuizovanými tématy, jako jsou například všemožné sexuální úchytky, se kterými se u svých partnerů setkali, a s jakými úskalími se ve svých vztazích museli potýkat.

4.3 Shrnutí

Přestože analýza tohoto typu dostatečně nepokrývá opravdu veškeré televizní pořady ze současné produkce, které jsou určeny ženám nebo se ženskou tematikou zabývají, i tak sledujeme masivní nárůst počtu těchto pořadů především v programových schématech komerčních televizních stanic, které jim věnují mnohem více prostoru než televize veřejnoprávní. Tento fakt může pramenit jednak z toho, že komerční televizní stanice nemají pevně stanovený rozsah a cíle, které musí naplňovat a mohou si tudíž dovolit zaměřit se pouze na spektrum pořadů pro určitý typ publika, a jednak z toho, že díky příjmům z reklamy nejsou natolik limitováni přerozdělováním rozpočtu mezi jednotlivá oddělení.

Ve veřejnoprávním vysílání se víceméně i s odstupem doby udržel standard jednoho stěžejního pořadu, které se snaží pokrýt zájem ženského publika jako celku, doplněný několika nepravidelnými pořady podobného formátu, které jsou vysílány k výjimečným událostem. Změnou oproti situaci před rokem 1989 je ale jeho periodicita, zatímco tehdejší magazín *Zadáno pro ženy* byl vysílán pětáctyřicet minut jednou za měsíc, pořad *Sama doma* má k dispozici dvakrát tak dlouhý časový blok každý všední den. Z analýzy rovněž vyplývá, že vedle jednotlivých televizních relací produkovaných pro ženské publikum sledujeme i vývoj celých televizních a specializovaných kanálů, které se na tuto cílovou skupinu zaměřují.

5 Závěr

Vypracováním analýz na základě dostupných televizních programů, ve kterých jsem zkoumala množství pořadů zaměřených na ženské publikum v současném televizním vysílání a před rokem 1989, jsem chtěla potvrdit hypotézu, že v současné době tento druh obsahu tvoří větší část vysílání než před rokem 1989. Ve vysílání Československé televize se programy pro ženy objevovaly víceméně sporadicky, pravidelně byly zpočátku vysílány jen speciální relace k příležitosti Mezinárodního dne žen, z čehož vyplývá, že se jednalo o jeden pořad ročně. Méně často se objevovaly záznamy módních přehlídek různých módních domů, a to jak těch zahraničních, tak českých, méně známých i těch klasických. Typickou relací takového typu byly estrády v podobě pásem různých písniček, básniček, humorných scének a průpovědek, které byly ženám takzvaně ušité na míru. Pravidelné magazíny, které se alespoň částečně věnovaly ženským tématům, začaly být častěji vysílány až v druhé polovině sedmdesátých let. Jednalo se o magazíny *Ženy ženám*, *Rodinná pošta* a především *Zadáno pro ženy*. Právě poslední z jmenovaných byl jediným dlouhodobě vysílaným pořadem, který se zaměřoval výhradně na ženská témata. Jeho náplň představovala směsice různých reportáží věnovaných módě, zdravému životnímu stylu, cvičení, ale i základům etikety, tipům do domácnosti nebo trikům, jak co nejlépe vycházet se svojí tchýní. Dle dostupných informací (na základě anotace v televizním programu) jeden z největších úspěchů zaznamenaly reportáže zabývající se emancipací žen a poradna, která poskytovala divačkám užitečné rady z právního odvětví. Svoji skladbou i volbou témat se tak *Zadáno pro ženy* velmi blížilo současnému pořadu *Sama doma* vysílanému na prvním kanále České televize.

Nynější situace na tomto poli je ale znatelně rozdílná. V současné době vznikají dokonce celé televizní stanice, které se specializují na produkování a vysílání pořadů, které cílí především na ženské publikum. Pořady pro ženy se ale prakticky objevují na většině dostupných televizních stanic. To se děje především díky snadnější dostupnosti zahraničních obsahů. Televizním dramaturgům tak nečiní příliš velké obtíže zařadit do vysílání například telenovely či jiné soap opery, což je formát, který, ač je českými diváky často vyhledáván, nedostává se mu v české produkci příliš mnoho prostoru. Pro ni je typickým jevem spíše jakési balancování na pomezí běžného televizního seriálu s prvky soap opery nebo telenovely. Ukázkovým příkladem seriálu tohoto typu je seriál *Ordinace v růžové zahradě*, který je už mnoho let vysílán na televizi NOVA a stále se těší velké divácké úspěšnosti. Časté je i přebírání zahraničních formátů a jejich přetváření českými aktéry. Z takových případů můžeme jmenovat například pořad televize NOVA *Výměnu manželek*, která je původně autorským počinem britské společnosti RDF a vysílá se pod názvem *Wife Swap*. Dalším trendem dnešní doby se

rovněž stalo umístování ženských ideálů do pořadů ženám určeným. Na módní televizní stanici Fashion TV se tak na moderátorských postech objevují modelky, jinde se v roli moderátorek objevují zpěvačky jako například Heidi Janků v každodenní talkshow *Babinec* na TV Barrandov. V případě České televize je naopak viditelný standard jednoho stěžejního a pravidelného pořadu zaměřeného na ženské publikum, který je doplněn dalšími pořady, které se zabývají aktuálními tématy.

Jedním z důvodů, proč v současné době pozorujeme takový nárůst televizních pořadů pro ženy může být fakt, že zatímco v období socialismu docházely československé ženy každý den do práce, přičemž po příchodu je čekala takzvaná druhá směna v domácnosti, současné české ženy mnohem častěji zůstávají doma, aby se staraly o domácnost. Před rokem 1989 bylo odpolední vysílání cílené především na děti, které se zrovna vracely domů ze školky a školy a ženám jednoduše nezbyval na sledování televize čas. Další z možných důvodů vyplývá i z historických okolností. Z analýzy dostupných pramenů (Týdeník Československé televize) jsem následně zjistila, že tým dramaturgů Československé televize, potažmo její vedení a režim, ve kterém byli nuceni fungovat, ani nepovažovalo za důležité pořady tohoto formátu produkovat, a to na základě tvrzení, že ženy v socialismu neřeší žádné specifické problémy, ke kterým by bylo potřeba se vyjadřovat v televizním vysílání a věnovat jim speciální pořady. Většina programu byla orientována především na informování diváka o aktuálním dění, značnou část tvořily i autorské filmy a historické seriály.

Nesmíme samozřejmě zapomenout ani na fakt, že současné situaci v mediálním prostoru velmi nahrává i to, že je mnohem vyspělejší a technologicky dokonalejší, než byla v předlistopadové době. S pokročilejší technikou je snazší produkovat více typů pořadů za kratší čas, což v konečném důsledku souvisí i s větším finančním rozpočtem, a to především u komerčních televizních stanic, z něž velkou část tvoří především příjem z reklamy, ze kterého mohou televize dále čerpat a využívat jej k produkci dalších a vytváření úplně nových formátů a cílit tak na různé skupiny publika.

Na toto téma a řešenou problematiku by bylo nadále vhodné navázat detailnější analýzou jednotlivých pořadů, případně rozšířit pole zkoumaného vzorku i na rozhlasové relace cílící na ženské publikum. Pozornost si zaslouží i způsob, jakým jsou ženy v mediálním prostředí vykreslovány v období socialismu a nyní, stejně jako která témata a jaké obsahy ony samy vyhledávají nejintenzivněji. Dalším rozšířením této práce může být i odlišnost pohledu na ženu, její charakteristika a postavení v rámci produkce různých zahraničních mediálních obsahů a také způsob, jakým je v současné době nahlíženo na emancipaci žen, ať už ve veřejném nebo mediálních prostředí, v rámci různých zahraničních produkcí ve srovnání s těmi

českými. V rozsahu bakalářské práce a jejím omezeném záběru jsem však toto téma dle mého názoru obsáhla v dostačujícím záběru a její rozšíření by bylo vhodným námětem pro magisterskou diplomovou práci, která poskytuje větší prostor.

6 Odborná literatura a zdroje

6.1 Knihy a časopisy

BEDNAŘÍK, Petr, JIRÁK, Jan a KÖPPLOVÁ, Barbara. *Dějiny českých médií*. Od počátku do současnosti. 1. vydání. Praha: Grada Publishing a.s., 2011. 448 s. ISBN 978-80-247-3028-8.

KŘÍŽKOVÁ, Alena, SLOBODA, Zdeněk. *Genderová segregace českého trhu práce*. Kvantitativní a kvalitativní obraz. 1. vydání. Praha: Sociologický ústav AV ČR, v. v. i, 2009. 116 s. ISBN 978-80-7330-165-1.

McQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. 3. vydání. Praha: Portál, 2007. 448 s. ISBN 978-80-7367-338-3.

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

MORLEY, David. *Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure*. Londýn: Comedia, 1986. 188 s. ISBN 0-415-03970-3

REIFOVÁ, Irena a kolektiv. *Slovník mediální komunikace*. 1. vydání. Praha: Portál, 2004. 328 s. ISBN 80-7178-926-7.

ŠTROBLOVÁ, Soňa. *Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa*. Filmová a televizní dramaturgie a programová skladba. 1. vydání. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského Praha, 2009. 164 s. ISBN 978-80-86723-73-0.

Týdeník Československé televize. Praha: ORBIS, 1965-1990. ISSN 0323-1127.

6.2 Odborné články, výzkumy, analýzy

ALASUUTARI, Pertti. I'm ashamed to admit it but I have watched Dallas': the moral hierarchy of television programmes. *Media Culture & Society*. SAGE Publications, 1992, 14(1), 561-582.

LIVINGSTONE, Sonia. Why people watch soap opera: analysis of the explanations of British viewers. *European Journal of Communication*. SAGE Publications, 1988, 31(1), 55-80111111

VALDROVÁ, Jana. Stereotypy a klišé v mediální projekci genderu. *Sociologický časopis*, 2001, 37, str. 183-205

6.3 Internetové zdroje

Štíky (o pořadu). 2018. In: *iprima.cz* [online]. [cit. 22. 4. 2018]. Dostupné z: <https://prima.iprima.cz/stiky/o-poradu>

Jak rozhlas spustil televizi. 2014. In: *pribehrozhlasu.cz* [online]. [cit. 21. 3. 2018]. Dostupné z: <http://www.pribehrozhlasu.cz/odhaleni-89+1/technika/2752045>

13.komnata Kamily Moučkové. 2006. In: *ceskatelevize.cz* [online]. [cit. 28. 3. 2018]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/1186000189-13-komnata/205562210800010-13-komnata-kamily-mouckove/>

Listopad 1989. In: *ceskatelevize.cz* [online]. [cit. 28. 3. 2018]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/historie/ceskoslovenska-televize/listopad-1989/>

Sama doma (o pořadu). In: *ceskatelevize.cz* [online]. [cit. 14. 4. 2018]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/1148499747-sama-doma/>

Maminka (pořad). In: *barrandov.tv* [online]. [cit. 25. 4. 2018]. Dostupné z: <https://www.barrandov.tv/program/#modal124773>

Popelka (pořad). In: *barrandov.tv* [online]. [cit. 14. 4. 2018]. Dostupné z: <https://www.barrandov.tv/popelka#sec-info>

Babinec (pořad). In: *barrandov.tv* [online]. [cit. 14. 4. 2018]. Dostupné z: <https://www.barrandov.tv/video/124709-babinec-23-4-2018>