

**UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO
PRAHA**

magisterské kombinované studium

2010 – 2012

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Bc. Lada Horká

Zábavní průmysl

Praha 2012

Vedoucí diplomové práce: PhDr. Soňa Štroblová

JAN AMOS KOMENSKÝ UNIVERSITY PRAGUE

Master Combined Studies

2010 – 2012

Diploma THESIS

Bc. Lada Horká

Industry of entertainment

Prague 2012

**The diploma thesis work supervisor:
PhDr. Soňa Štroblová**

Prohlášení

Prohlašuji, že předložená diplomová práce je mým původním autorským dílem, které jsem vypracovala samostatně. Veškerou literaturu a další zdroje, z nichž jsem při zpracování čerpala, v práci řádně cituji a jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v univerzitní knihovně.

V Praze dne

Lada Horká

Poděkování

Chtěla bych poděkovat své vedoucí práce paní PhDr. Soně Štroblové za přínosnou pomoc, vstřícný přístup a cenné rady, které mi při vypracování diplomové práce poskytla. Dále děkuji panu Petru Vladykovi za poskytnutí rozhovoru, tabulek a cenných rad. Děkuji rovněž mé rodině a přátelům za podporu, již se mi dostávalo.

Anotace

Tato diplomová práce se zabývá problematikou zábavního průmyslu – jeho slabými a silnými stránkami v ČR v oblasti internetu a televize. Zaměřuje se na jednotlivé žánry audiovizuálního sdělení. Práce se věnuje masovému publiku a fenoménům masové komunikace. Je dále zaměřena na televizi a její nejmodernější nástroje, tzv. pořady zábavního průmyslu.

Klíčové pojmy

Internet, televize, film, groteska, komedie, masové publikum, reality show, science fiction, seriál, sitcom, soap opera, talk show, mega show, western, zábavní průmysl, žánr, digitální estetika.

Annotation

This thesis deals with the entertainment industry – its weaknesses and strengths in the CR in internet and television. It focuses on various genres of audiovisual communication. The work is dedicated to a mass audience and mass communication phenomena. It also focuses on the tools and the latest television shows so-called show business.

Key words

Internet, television, film, grotesque, comedy, mass audience, reality shows, science fiction, series, sitcom, soap opera, talk shows, mega shows, western entertainment industry, genre, digital aesthetics.

OBSAH

ÚVOD	9
1. ZÁBAVNÍ PRŮMYSL V ČR	10
1.1 Silné stránky zábavního průmyslu v ČR	11
1.1.1 Televize	12
1.1.2 Internet	12
1.2 Slabé stránky zábavního průmyslu v ČR	15
1.2.1 Televize	15
1.2.2 Internet	15
2. FILM A TV JAKO MASOVÉ MÉDIUM.....	17
2.1 Hollywood – symbol zábavního průmyslu.....	19
2.3 Počátky filmu – groteska a western	21
2.4 Komedie.....	25
2.5 Science fiction.....	27
2.6 Horor.....	28
2.7 Reklama	31
2.8 Animovaný film.....	35
3. PUBLIKUM	40
3.1 Masové publikum	41
4. MASOVÁ MÉDIA A FENOMÉNY	43
4.1 Digitální estetika a nová média	44
4.2 Televize a manipulace s dětským divákem	46
4.3 Násilí a sex v audiovizuálních médiích.....	48
5. TELEVIZE A ZÁBAVNÍ PRŮMYSL	54
5.1 Seriály	55
5.2 Reality show	58
5.3 Talk show	62
5.4 Mega show – Česko Slovensko má talent	64
5.5 Soutěžní pořady.....	67
ZÁVĚR.....	71

POUŽITÁ LITERATURA.....	72
SEZNAM PŘÍLOH	77
PŘÍLOHY	

ÚVOD

Tato práce si klade za cíl vymezit silné a slabé stránky zábavního průmyslu v oblasti televize a internetu v České republice a popsat žánry v audiovizuálním sdělení v kontextu zábavního průmyslu. Důležité je specifikovat a osvětlit pojem „kulturní průmysl“ v souvislosti se „zábavním průmyslem“ a charakterizovat pojem masové publikum. Veškeré typy popisovaného vysílání pochopitelně ovlivňují diváka nad rámec prvotního žánru – dokument kromě poučení stimuluje prodej, reality show vygeneruje společenské přístupy nebo memy atd. Tato práce nepopírá ani druhotný vliv informace. Člověk, jenž samotný pořad neviděl nebo nepoužil Facebook, je přesto zasazený pomocí běžného mezilidského kontaktu s původními diváky či odezvami vysílání na internetu s jeho sociálními sítěmi. První vynálezy vedly k audiovizuálnímu sdělení, postupně se dostaly k moderním technologiím výroby filmů. V současné době jsou také nedílnou součástí zábavního průmyslu počítačové efekty, které vedou k uspokojení diváka. Nabídka různých „parfémů“ dokreslujících emoce stimulující smysly diváků je logickým pokračováním a výzvou pro masová média a čichové trendy blízké budoucnosti. Kromě sportovních událostí u dospělé populace a hraní her u dospívajících, je nejrozšířenějším produktem showbyznysu reality show různého typu. V podmínkách ČR je nejúspěšnější masovou zábavou nedávné minulosti formát TV Prima Československo má talent a pořad Prostřeno, které konkurenci doslova válčují. Vyvážený výběr kandidátů a strategická prezentace nakukování do soukromí „rychloučasných celebrit“ slaví značný úspěch. Na českém internetu dominuje zábavě v celku stabilně sexuálně eskalovaný obsah, informační prim hraje portál Seznam a nejvyužívanější sociální síť je Facebook.

1. ZÁBAVNÍ PRŮMYSL V ČR

„Gutenbergův vynález knihtisku umožnil, aby jakákoli informace byla distribuována rychle a relativně levně. Knih tisk stvořil masová média, protože nabídl duplicitu informace s nízkým třením. Všeobecná dostupnost knih motivovala lidi, aby se učili číst a psát, jakmile to ale uměli, vynořila se další spousta aplikací mluveného slova.“¹ V průběhu 19. a první poloviny 20. století došlo k masivnímu rozšíření tisku, rozhlasu, filmu a televize. Staly se hlavními prostředky masové komunikace, takzvaných masmédií. Autorem pojmu masová společnost je William Kornhauser (1960), ale její koncept je starší.² Studium takzvaných masových médií, tedy periodického tisku (novin a časopisů) a rozhlasového a televizního vysílání, patří mezi klíčová témata studia současných společností. Masová média jsou zkoumána z mnoha perspektiv a v celé řadě kontextů – jako relativně autonomní oblast s vlastní historií a imanentním vývojem, jako součást sociálních dějin, jako kulturní projev nebo jako zvláštní sociální instituce vstupující do interakce s jinými institucemi. „Domníváme se, že nejmocnější silou homogenizace mediálních systémů je komercializace, která transformovala jak tisk, tak elektronická média nejen v Evropě.“³ Tím, že televize, film nebo rozhlas protlačují populární kulturu, která je většinou chápána jako druh domácí a rodinné zábavy, ovlivňují významně rodinný život dnešního člověka. „Televize je tradiční médium, které funguje s obrovskou setrvačností, internet je pro změnu fenoménem, ve kterém je budoucnost. Už nyní se obě platformy vzájemně doplňují a jsem přesvědčen o tom, že tato synergie se bude ještě více prohlubovat ve všech možných formách.“⁴ Kulturní vývoj a produkce vychází z potřeb a vkusu diváků. Média jsou úspěšná v tom říkat lidem, o čem mají přemýšlet, ale nemohou jim říkat, co si mají myslet. „Pokud bych musel

¹ GATES, B., Informační dálnice. Praha: MANAGEMENET PRESS, 1995. s. 106

² ŠTROBLOVÁ, S., 2009. s. 47

³ HALLIN, D., MANICINI, P. Systémy médií v postmoderním světě. Praha: Portál, 2008. s. 297

⁴ Rozhovor s Petrem Vladykou – viz příloha, Lada Horká

zábavní průmysl v České republice zhodnotit jednou větou, pak bych použil onu „nafouknutou bublinu, která by si zasloužila brzy prasknout.“⁵

1.1 Silné stránky zábavního průmyslu v

„Tradiční masová komunikace byla vždy jednosměrná, kdežto nové formy komunikace jsou ze své podstaty interaktivní.“⁶ Pokud se týká přenosu, hlavní dosavadní změnou je zvýšení kapacity sítí a zrychlení přenosu při vynaložení nižších nákladů. Masmédia, neboli hromadné sdělovací prostředky, se v obecném slova smyslu zabývají reprodukcí, produkcí a distribuují znalosti a symboly. Mají důležitý význam pro zkušenost v sociálním světě. Zpráva (informace) je artefakt zábavního průmyslu a stává se zbožím. Struktura a charakter zpráv a zábavných programů musí přilákat masový zájem diváků. Produkty kulturního a zábavního průmyslu formují aktuální vkus a normy životního stylu. Seriáloví hrdinové, sportovní hvězdy, supermodelky a hvězdy showbyznysu vytvářejí obraz, po kterém recipienti touží a snaží se mu přiblížit. *„Tihle lidé nevytváří žádnou hodnotu, ale zaplňují stránky bulvárních periodik, která se následně snaží tyto tváře a jimi generovaný obsah zpeněžit, a zajistit tak svým vydavatelům živobytí.“⁷* Jejich život inspiruje většinou emočně ploché, nezajímavé lidi a jejich stereotypní životy.⁸ Přestože je mnohem levnější vydat knihu než odvysílat televizní show, jsou náklady na knihu stále vysoké v porovnání s elektronickým publikováním. Aby mohla kniha vyjít, musí vydavatel uhradit přímé náklady výroby, distribuce a marketingu.

⁵ Rozhovor s Petrem Vladykou – viz příloha, Lada Horká

⁶ MCQUAIL, D., Úvod do teorie masové komunikace. Praha: Portál, 2009. s. 51

⁷ Rozhovor s Petrem Vladykou – viz příloha, Lada Horká

⁸ ŠTROBLOVÁ, S., 2009. s. 48

1.1.1 Televize

S vynálezem kinematografu začínají lidé uvažovat o přenášení obrazu a později i pohyblivého obrazu na dálku. „Vždyť Nipkowův kotouč byl vynalezen již v roce 1884. Avšak teprve rozvoj elektroniky po první světové válce umožnil přivést na svět první použitelná, byť primitivní zařízení, jež mohla nést název televize. I když existovala v řadě států televizní vysílání pokusně před druhou světovou válkou, začíná éra televize až po ní.“⁹ Komerčně se začala televize využívat od 30. let 20. století, dostala se i do domácností a stala se důležitým zdrojem zábavy a komunikace, výrazně přispívá k celkové socializaci společnosti téměř po celém světě. „Televize má jakýsi druh faktického monopolu na formování mozku opravdu velké části populace. A čas je v televizi velmi vzácné zboží.“¹⁰

Přímý přenos je jeden z plusů televize. Má schopnost přenášet autentickou událost v záběrech, které záměrně vybírají ze skutečnosti určitá fakta. Profesionální přenos se zaměřuje na emotivnost a informaci a může často diváka uvést do děje důkladněji, než kdyby byl fyzicky přítomen. Nelze však opomenout to, že u televize se objevuje poněkud odlišná divácká konvence. Pramení z toho, že televizní divák sleduje televizi doma, ve svém bytě, v intimním prostředí svého domova. Zde nemůže vzniknout davová psychóza, která ovlivňuje vnímání filmu v kině. Proto se musí televize obracet k divákovi bezprostředněji, hovořit přímo s ním.

1.1.2 Internet

Internet lze považovat za samostatné a velmi rozšířené médium. Ve svých počátcích fungoval jako nekomerční prostředek pro přenos a sdílení dat a komunikaci mezi vzdělanými odborníky. Má zásadní důsledky pro

⁹ FORMAN, Z., Výrazové prostředky filmu a televize. Praha: Akademie muzických umění v Praze, 1978. s. 31

¹⁰ BOURDIEU, P., O televizi. Brno: Doplněk, 2002. s 14

žurnalistickou praxi. Také je důležitá globalizace zpravodajství a jeho publika. Množení titulů a právě internetová technologie tento proces urychluje a posouvá jej do nového období, v němž klasickým sdělovacím prostředkům, zejména tištěným, údajně hrozí nebezpečí, že se stanou přebytečnými. Zánik tisku je často slýchané téma, v průběhu celého minulého století, kde byly v ohrožení vlastnosti a užitečnost tisku. „*Internet se nejrychleji šířil v Severní Americe a v severní Evropě. Ve Spojených státech v roce 2001 používalo internet 60–70 % populace a tento trend se dále šíří. Internet nevlastní, neprovozuje ani neorganizuje žádný konkrétní orgán, protože se jedná pouze o mezinárodně propojenou síť počítačů pracujících na základě shodného protokolu. Na provozu se podílejí mnohé organizace, ale zejména poskytovatelé služeb a telekomunikační společnosti. Internet jako takový nikdy neexistuje jako právnická osoba a není podřízen žádné národní legislativě ani souboru nařízením. Jeho uživatelé by však měli dodržovat mezinárodní zákony i zákony země, v níž žijí.*“¹¹

Disperzní povaha nového média spočívá v jeho schopnosti se neustále šířit a rozptylovat se v prostoru. Charakter takového média nepotřebuje pevné zázemí, ve kterém by bylo pevně ukotveno. Příkladem disperzního charakteru – stejně tak i dalších vlastností – je například pohyb fotografie po internetu.¹² Internet byl „vyroben“, předurčen k tomu, aby eliminoval překážky v šíření informací, a podařilo se mu to dokonale. Informace nemají žádný lokální nákladný nosič, jako je tomu u tisku. Internet zkracuje vzdálenosti mezi lidmi. Umožňuje nám komunikovat s přáteli z jiného města i jiného kontinentu v reálném čase. Spojuje nás s celým světem, takže máme přehled o tom, kdo bádá nad stejným problémem jako my. Mezi nejpoužívanější služby internetu patří elektronická pošta (e-mail) a World Wide Web. Internet slouží nejen k posílání elektronických dopisů a získávání informací, ale také k zábavě (hrám, poslechu hudby, filmům) nebo k obchodování.

¹¹ MCQUAIL, D., Úvod do teorie masové komunikace. Praha: Portál, 2009. s. 52

¹² VOLEK, J., BINKOVÁ, P. 2003. s. 101

„Informace neputují v proudu, tj. nemíží po svém zveřejnění, jak je tomu u rozhlasu i televize, čtenář s nimi může libovolně dlouho pracovat. Informace nepotřebují žádného centrálního šířitele, který je v případě fyzického světa také ‚centrálním cenzorem‘, který rozhoduje o tom, co dál pustí a co ne.“¹³ V dnešní době se stávají novým komunikačním kanálem sociální sítě. Pomocí sociálních sítí se prostřednictvím internetu sdružují lidé. V současné době prožívají sociální sítě rychlý rozvoj, který je urychlován nově vznikajícími technologiemi. Účel sociálních sítí je různý, některé slouží ke sdílení informací a k zábavě, jiné pomáhají hledat práci, případně propojují etnika nebo umělce. „Internet je oproti televizi dostupný vždy a všude, je extrémně flexibilní, výrazně levnější.“¹⁴ V dřevních dobách českého internetu měla společnost Pepsi na internetu velice profesionální a kvalitní prezentaci se skvělou grafikou a také stránkami se zábavou pro své příznivce. Protože to byl vůbec první web u nás tohoto typu, měl velkou odezvu. Velmi dobrou a zábavnou formu zvolila také společnost Becherovka. Vytvořila tzv. „Becherovka game“. Úkolem bylo naprogramovat nejlepší hru s elementy a motivy tohoto alkoholického nápoje. Půvabně se s motivem využití zprofanovaného slova „e-komerce“ vyrovnal Gambrinus se svou „G-commerce“ – vlastním celkem triviálním prodejem dárkových předmětů s motivy Gambrinusu přes internet, ale pojatým a zpracovaným velmi vtipně. „Klíčem k nesmírné moci počítačů jako komunikačních přístrojů je proces digitalizace, který umožňuje účinný a efektivní přenos informací všeho druhu v nejrůznějších formátech.“¹⁵ Další formou masové zábavy jsou také „kvazimédia“, mezi něž patří počítačové hry a přístroje vytvářející virtuální realitu. Svou kulturou a uspokojením, jež pramení z jejich užití, se do jisté míry překrývají s masovými médii. Internet lze využít na individuální, soukromé nebo organizační účely atd. Může předávat sdělení rozsáhlému publiku z důvodu veřejných, může ale také předávat oznámení osobní povahy za

¹³ HLAVENKA, J., Internetový marketing. Praha: Computer press, 2001. s. 5

¹⁴ Rozhovor s Petrem Vladykou – viz příloha, Lada Horká

¹⁵ MCQUAIL, D., Úvod do teorie masové komunikace. Praha: Portál, 2009. s. 51

účelem šíření informací nebo třeba právě zábavy. „*Informační dálnice ,internet‘ se stal médiem s mnohem nižším vstupním prahem než cokoliv, co tady bylo předtím.*“¹⁶ Internet je největším strojem na publikování, jaký kdy existoval.

1.2 Slabé stránky zábavního průmyslu v ČR

1.2.1 Televize

Lidé chtějí být slavní, uznávaní společností, a proto se chtějí co nejvíce připodobnit modelu, který jim televize přináší. Televize takto unifikuje mínění lidí, popírá rozdílnost jejich názorů a vnucuje jim své vlastní modely.¹⁷ U dětí bylo prokázáno, že sledováním televize se zvyšuje násilné chování, špatný prospěch ve škole, poruchy spánku a nadváha, s čímž nelze a priori a beze zbytku souhlasit. V televizi a filmu jsou náklady mnohem vyšší než u tištěných médií, takže zkusit něco riskantního je těžší. V počátcích televize bylo televizních stanic málo, proto se většina pořadů snažila zasáhnout co nejširší publikum. „*Co nebylo v televizi, jako by neexistovalo. Televize vyžaduje velmi krátké materiály, hutné a zároveň přehledné. Ke zvuku přistupuje obraz – důležitá je tedy i podoba mluvčího.*“¹⁸ Televize je kritizována řadou autorů právě za její jednosměrnou komunikaci a neschopnost přenášet složité problémy. Někteří kritikové chápou globalizaci elektronické televizní kultury jako proces nežádoucího kulturního míšení.

1.2.2 Internet

Historickým problémem masmédií byla vždy otázka odpovědnosti. S příchodem internetu se charakter této otázky výrazně změnil – zatímco zhruba do konce 20. století získával jedinec možnost prezentovat své myšlenky v

¹⁶ GATES, B., *Informační dálnice*. Praha: MANAGEMENT PRESS, 1995. s. 109

¹⁷ VLASTNÍK, J., 2005. s. 38

¹⁸ BAJČAN, R., *Techniky Public relations aneb jak pracovat s médii*. Praha: Management Press, 2003. s. 26

masmédiích na základě výběrových kritérií, resp. vytvoření ekonomicky významné osobní pozice, je dnes přístup do masmédií umožněn širokým vrstvám obyvatel. To na jedné straně rozšiřuje rozsah svobody slova, na druhé straně omezuje možnosti společenských elit usměrňovat vývoj společnosti a usnadňuje šíření nepravdivých, resp. cíleně lživých informací, které mají negativní důsledky pro život jedinců.¹⁹ Na Internetu dosud neexistuje žádné schvalovací nebo povolovací řízení, či oznamovací povinnost. Mnohé z veřejně přístupných informací jsou tak neověřitelné a anonymní – těžko se dá ověřit jejich původ, důvod zveřejnění a pravdivost. Velkým problémem, který nebyl v rámci Internetu dosud dořešen, se stalo dodržování autorských práv (kromě kontroverzního návrhu ACTA). Dalším problémem je nestabilita a neaktuálnost stránek. „Učitelé (a nejen oni) si také stěžují na nemožnost ovlivnit výběr stránek, na které mají děti a nezletilí přístup. Mnoho stránek ohrožujících mravní výchovu mládeže může volně navštívit kdokoliv, reklamní bannery s erotickou tematikou jsou často součástí internetových adres, jejichž návštěvníky jsou převážně děti.“²⁰ Dalšími negativy jsou zneužívání dětí související s dětskou pornografií, porušování autorských práv, útoky na zajištění počítačů, zastaralá technologie a šíření počítačových virů.

¹⁹ MCQUAIL, D., 2009. s. 55

²⁰ Pozitiva a negativa internetu, dostupné z:

<<http://userweb.pedf.cuni.cz/kcj/studenti/heclova/internet.html>>

2. FILM A TV JAKO MASOVÉ MÉDIUM

Film nebyl dílem jednoho jediného vynálezce. Jeho zrození zapříčinilo mnoho objevů a dílčích technických řešení. *„Prvním krokem ve vývoji byl Edisonův fonograf z roku 1877. Skutečnou slávu zvukovému záznamu však přinesl až vynález gramofonové desky v roce 1877. Ta měla všechny předpoklady k masovému rozšíření, protože z nahraného originálu bylo možné pořídit nekonečné množství kopií.“*²¹ Film se objevil na konci 19. století jako technická novinka, ale to, co nabízel, nebylo nijak zvlášť nové ani obsahem, ani funkcí. Umožnil přenést starší tradici poskytování zábavy do nových podob prezentace a distribuce.

Velmi rychle se stal opravdovým masovým médiem. Poskytl široké veřejnosti příběhy, hudbu, dramata, technické i komické triky. Zasáhl velký podíl obyvatelstva, a to dokonce i na venkově. Film bychom mohli nazvat také „vynálezem“ volného času. Stal se odpovědí na to, co dělat v době svého osobního volna. Byl příjemnou a úspornou formou zábavy pro celou rodinu. Také dělnická třída mohla konečně okusit kulturní prožitky, z nichž se již dříve mohli těšit pouze ti společensky „výše postavení“. Film vyšel vstříc potřebám jednotlivců. Filmy se například mohly vysílat ve vesnických stanech, ale i ve velkoměstských honosných biografech.²² *„První filmovou projekci uskutečnili bratři Louis a August Lumiérové 28. prosince 1895 v Grand Café v Paříži. Tito bratři vyškolili „kinooperatéry“, kteří jezdili po světě a natáčeli významné události. Záznamy pak předváděli ve větších evropských městech. Mezi nejslavnější jejich filmy patří Příjezd vlaku nebo Pokropený kropic.“*²³ V počátcích filmu ani samotní vynálezci netušili, jaký bude mít dosah. Snažili se ho využít pouze jako zdroj zábavy. První filmové záběry byly dokumentární,

²¹ ŠTROBLOVÁ, S., Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa. Praha: UNIVERSITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA, 2009. s. 51

²² MCQUAIL, D., 2009. s. 44

²³ ŠTROBLOVÁ, S., Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa. Praha: UNIVERSITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA, 2009. s. 52

druhým druhem pak byly záznamy připravených vystoupení. Brzy se však okoukaly a používaly se pouze na velké poutové scény. „V dějinách filmu se vyskytují 3 významné momenty. První je užití filmu k propagandě, zvláště pokud jde o celonárodní či společenské zájmy. Za další dva momenty v dějinách filmu lze považovat objevení několika škol filmového umění a vznik sociálního dokumentárního filmu.“²⁴ Důležitým okamžikem byla také „amerikanizace“ filmového průmyslu a filmové kultury po první světové válce. Příchodem televize se oddělil film od biografu. Televize posléze odlákala jistou část divácké obce, zejména publikum v kruhu rodinném, a přenechala filmu mnohem menší a mladší diváckou obec. Další, co filmu vzala, byl sociální dokument. Film ale mohl pro změnu těžit z větší specializace filmového publika, konkrétně z návštěvníků kin. Potemnělý sál biografu měl mnohem velkolepější atmosféru a poskytoval divákům společenský zážitek.

Oddělení filmu a biografu je spjata s tím, že v dnešní době můžeme filmy sledovat mnoha způsoby. V televizi, na videokazetě, DVD ale také online na internetu. Film proto přestává být veřejným zážitkem a je „vychutnáván“ spíše v soukromí. Navzdory osvobození způsobeného tím, že se stal méně „masovým“ médiem. Film si nedokázal vydobýt plné právo na svobodné politické a umělecké vyjádření a mnoho zemí si i nadále drží aparát na poskytování licencí, cenzuru a moc kontroly.²⁵ Charles Pathé se snažil dosáhnout co možná nejvyššího zisku, vyjádřil se o budoucnosti filmu, když řekl: „Film jsou noviny, škola a divadlo zítřka“²⁶ Lidé z vyšší společnosti filmem pohrdali a považovali film za zábavu chudých vrstev. Chudí měli němý film rádi, i když byli negramotní. Film byl nejdříve spíše atrakcí na poutích, nedalo se tedy mluvit o umění. Film v dnešní době se velmi prolíná s hudbou a vydáváním knih. Existuje mnoho „fenomenálních“ filmů, které jsou trilogiemi

²⁴ MCQUAIL, D., Úvod do teorie masové komunikace. Praha: Portál, 2009. s. 44

²⁵ MCQUAIL, D., 2009. s. 45

²⁶ FORMAN, Z. Výrazové prostředky filmu a TV. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1973. s. 35.

nebo třeba ságy podle slavných knih a trhají rekordy v návštěvnosti kin. Jako příklad bychom mohli uvést *Harryho Pottera*, *Pána prstenů* nebo třeba *Stmívání*.

2.1 Hollywood – symbol zábavního průmyslu

Vzhledem ke své proslulosti a kulturní identitě je slovo „Hollywood“ často používáno jako označení amerického filmového a televizního průmyslu. *„Hollywood je pozoruhodný název, znamená Cesmínový háj, i když tento keř tam vůbec nerostl. Na předměstí Los Angeles přijela skupina filmařů natáčet film Hrabě Monte Christo.“*²⁷ Hollywoodské produkce jsou transparentním příkladem změny kultury. Vznikající filmy měli pevně v rukou filmoví producenti. Režisér neměl mnoho výsad oproti dnešku, byl řadovým zaměstnancem s týdenní mzdou, jakou měli do té doby např. osvětlovači, kameramani a další pracovníci z filmového průmyslu. Vznikl kult hereckých hvězd, ke kterým veřejnost vzhlížela. Začaly být považovány veřejností za božstvo. Tyto hvězdy pak určovaly životní styl celé společnosti. Hollywood se stal mezinárodní, či nadnárodní mocností filmového průmyslu, logicky mezinárodněly i náměty filmů. V amerických kinech se téměř nevysílaly zahraniční filmy a naopak ve 20. letech 20. století byl Hollywood dodavatelem již přibližně 80 % všech filmů promítaných na celém světě.

Síla Hollywoodu spočívala v možnostech výroby, přesněji v hollywoodských studiích se dalo vyrobit cokoli. Proto produkce mohla zasáhnout celý svět. Filmoví tvůrci byli schopni zpracovat jakékoliv prostředí ve studiu. Obchodníci si uvědomili i důsledek, že kdekoli se prosadí americký film, roste také prodej amerického zboží.

Hollywoodské hvězdy jsou pro mnohé symbolem úspěchu. Pocházejí často z obyčejných poměrů, avšak díky své kráse a talentu se stanou idolem. Zapiší se do srdcí mnoha lidí. Jejich legenda přetrvává i po konci kariéry. A

²⁷ SADOUL, G. Dějiny světového filmu. Praha: Polygrafia, 1955. s. 59

když jsou opravdu dobří, mají svůj pomníček v podobě hvězdy na Chodníku slávy. Hollywood je sen pro miliony lidí, kteří žijí s vášní usadit se jako úspěšní profesionálové v zábavním světě.

2.2 Žánr

Žánr obecně znamená určité rozdělení, či rozlišení, podobně jako když kategorizujeme jinou oblast na typy, druhy či styly, nebo slohy. Mnoho děl pak jde napříč několika žánry a používá a kombinuje tyto konvence, často zde dochází ke vzájemnému prolínání jednotlivých žánrů, případně i k jejich vzájemnému ovlivňování apod. Rozdělení na žánry používáme v umění, filmu, divadle, literatuře nebo hudbě. Konkrétně ve filmových a televizních žánrech hodnotíme audiovizuální složku odhalující, zda jde o grotesku či sitcom. Divák už ví, co může očekávat od konkrétního žánru. Jednotlivé žánry vykazují určitou podobnost specifických znaků, strukturálních, či obsahových, typologii postav, prostředí či časové zařazení a samotný filmový jazyk. Žánr tak pro diváka představuje soubor zvyklostí, které od sledovaného filmu, či pořadu očekává. Různé žánry působí rozdílně na naše emoce. Zajímavé je, že divák, aby uspokojil své potřeby, volí žánry podle emotivní složky, které se mu nedostává. Proto ženy, které v manželství nemají dostatek lásky, vyhledávají právě telenovely, které jim to „růžovou clonou“ nahradí. Žánry se mezi sebou mísí, proto vznikají zdánlivě neslučitelné složky, jako například hororová komedie. Rozdělení na žánry pomáhá autorovi i divákovi, který se podle toho rozhoduje, co zhlédne.

2.3 Počátky filmu – groteska a western

Za pomoci čtyřadvaceti fotopřístrojů, které byly umístěny v řadě v určitém rozestupu, zaznamenal roku 1877 E. Muybridge cval koně. Je také vynálezem zoopraxiskopu a kinematoskopu – což byl právě přístroj na promítání pohyblivých obrázků o mnoho let dříve, než přišel na trh celuloidový kinofilm. Považuje se za zakladatele chronofotografie. Můžeme tedy hovořit o vzniku prvního pohyblivého obrazu. Étienne-Jules Marey byl francouzský vědec a chronofotograf. Je známý jako vynálezce chronofotografické pušky, kterou roku 1882 zaznamenal let ptáků. Největší přelom ale nastal, když Edison dokončil svůj kinenematograf, kterým zaznamenával obraz i zvuk, divák však mohl záznam sledovat pouze malým kukátkem.²⁸

V českých zemích se poprvé promítalo 15. července 1896 v Karlových Varech, poté v Mariánských Lázních, Brně, Ústí nad Labem a v Ostravě. V Praze byl kinematograf bratří Lumiérů až 18. října 1896. „*První české snímky natočil Jan Kříženecký a v roce 1898 je promítal na Výstavě architektury a inženýrství v Praze v pavilonu Český kinematograf (Svatojánská pouť v československé vesnici, Purkyňovo náměstí na Královských Vinohradech, Poslední výstřel).*“²⁹ Mnozí obchodníci si téměř okamžitě po vzniku kinematografie uvědomili její obrovský potenciál v podnikání. Uvědomovali si, že zisky velmi přesahují počáteční malé investice, působivost filmu a jeho potenciál ovlivňovat veřejné mínění. Když si rodina najde pořad, který zaujme děti i dospělé, zavládne v rodinném kruhu u obrazovky klid a mír. Bývalo to například u klasické filmové grotesky. V takové chvíli děti vzrůstají do společenství dospělých, mají s nimi podobné niterné prožitky i způsoby jejich vyjadřování navenek. Groteska má jako žánr tradici již od počátků filmové tvorby zejména v oblasti němého filmu. Hlavní postavy se nedají ani nazvat hrdiny, protože se většinou jedná o hrozného nešiku, většinou je to člověk zařazený do nejnižších vrstev společnosti a obvykle přichází do

²⁸ FORMAN, Z., 1973. s. 34

²⁹ Kinematografie, dostupné z: <<http://maturita.cz/referaty/referat.asp?id=21>>

konfliktu s vyššími vrstvami. Velmi typická jsou přehrávaná gesta, absurdní reakce a gradace. „V počátcích se groteska odehrávala především na prknech divadel, postupný přechod na filmová plátna s sebou nesl obtíže. Tvůrci se s němým provedením ale vypořádali skvěle a stříbrné plátno přivítalo grotesku s nadšením. Absence mluveného slova nevadila, nahrazovaly ji mezititulky a mnohdy ani ty ne.“³⁰ Groteskní styl je odvozen od klasických klaunských a artistických cirkusových výstupů. Takto se proslavil mladý artista André Deed. Dal základ příchozím komikům, jako byli Mack Sennett, Harold Lloyd, či bratři Marxové. Postavy jednají v rozporu s předpoklady a zvyklostmi. Českým pojetím grotesky jsou například *Osudy dobrého vojáka Švejka za světové války*.³¹ Groteska má svou domovskou půdu ve Spojených státech. Tam vznikly dva základní druhy grotesky – tradiční hraný, jenž je označován jako slapstick dle hůlky, která zdůrazňovala rány v tradičních představeních. V americké grotesce se člověk může setkat s extrémním fyzickým násilím, které převyšuje normální hodnoty skutečnosti. Nějaká postava je například silně udeřena velkou pánví, nebo spadne do obrovského příkopu. Příbuznou grotesky je bláznivá komedie.³² Známe ji jako cartoon: například *Tom a Jerry* a *Road Runner*.

Ve Francii se termín často zaměňuje s burleskou, což je však spíše synonymum pro pokleslou zábavu. Možná právě díky němému filmu má groteska tolik jasných rysů a typický situační humor. Komický žánr až do roku 1914 ovládala francouzská komika, např. André Heuzé a Romeo Bosetti. Jejich filmy byly plné honiček. Novou tvář komiky představil Max Linder, který nelpěl na honičkách a klasických bitvách šlehačkovými dorty. Vytvářel zvláštní situace a pracoval s psychologií. Měl různé přezdívky, ale znamenaly vždy stejnou komickou postavu nešiky. Ale později ztvárňoval postavu frajírka, hejska, nebo gentlemana.

³⁰ Groteska, dostupné z: <<http://www.seniorportal.cz/magazin/kultura/c-6/groteska-neni-vzdy-jen-usmevna.../a-2284/>>

³¹ BLAŽEK, 1995. s. 45

³² ŠTROBLOVÁ, 2009. s. 72

Charlie Chaplin, vlastním jménem Charles Spencer Chaplin, pocházel z Londýna z velmi chudých poměrů. Za svou dlouhou filmovou kariéru natočil kolem devadesáti filmů, ke většině z nich napsal také scénář, sám je režíroval a vytvořil v nich hlavní roli. Dále pracoval pro různé divadelní společnosti, s nimiž vystupoval na jevištích evropských zemí, až nakonec se společností Freda Karna odjel na turné do Ameriky.³³ Vytváří specifickou notoricky známou Chaplinovskou postavu v jeho původně divadelním kostýmu. Poprvé se na filmovém plátně objevil v roce 1914, kde si svůj debut odbyl ve snímku *Chaplin si vydělává na živobytí*. Další významné filmy byly: *Chaplin hasičem*, *Chaplin vystěhovalcem*, *Chaplin odhadcem*, *Cirkus*, *Moderní doba*, *Zlaté opojení* či *Světla rampy*.

Filmem *Kid* dokázal, že groteska může mít podobu celovečerního filmu, aniž by omrzela a byla pro diváky dlouhá. V tomto filmu pracoval s tehdy pětiletým hercem Jackiem Cooganem. „*Celovečerní film Světla velkoměsta byl o slepé dívce a tulákovi, který se do ní zamiluje, když si ho splete s milionářem. Chaplin tímto filmem získal obdiv recenzentů i nadšení diváků.*“³⁴ Ve filmu *Cirkus* použil vkládání titulků mezi záběry, protože jinak se nějaké záběry vyjádřit nedají. Tyto titulky však narušovaly divácký zážitek. Chaplin čelil v Hollywoodu mnohým útokům, pomluvám a jeho dílo bylo často zesměšňováno. „*Hrozilo mu vyhoštění z Ameriky, když byl obviněn z protiamerické činnosti. Bojoval v Americe proti fašismu, který se už mohutně rozrůstal v Evropě.*“³⁵ Díky filmu *Diktátor*, jehož úryvky jsou používány dodnes například hnutím the Zeitgeistmovement, se stal nežádoucí osobou pro Hitlera. Chaplin dostal za svůj osobitý boj proti válce Mezinárodní cenu za mír. V Americké grotesce se objevili i bratři Ritzové, kteří napodobovali bratry Marxovy. Na samém počátku stála také dvojice Laurel a Hardy. Byli na vrcholu právě po přechodu na zvukový film. Bavili své diváky poměrně dlouho, ale poté jejich popularita klesala. Mezi jejich filmy patří: *Krev není*

³³ BLAŽEK, 1995, s. 45

³⁴ Světla velkoměsta, dostupné z: <<http://www.nfa.cz/svetla-velkomesta.html>>

³⁵ BLAŽEK, B., *Tváří v tvář obrazovce*. Praha: Sociologické nakladatelství, 1995, s. 46

voda, *Na divokém západě*, *Hvězdy z nebe* a *Laurel a Hardy zdědili ostrov*. V současnosti se groteska jako taková už objevuje minimálně. Ve filmové tvorbě můžeme mluvit už jen o groteskních prvcích nebo groteskní stylizaci. Jako příklad dobře poslouží notoricky známý, avšak stále oblíbený podivín Mr. Bean.

Ve westernu postavami bývají zejména indiáni, kovbojové a zlatokopové. Příběhy se odehrávají v prostředí Divokého západu a většinou vítězí dobro nad zlem. Je to tradiční žánr americké kinematografie. Náměty vycházejí z tradic a historie země. Objevuje se v nich kladný hrdina šerif, či jiný zastánce slabých. Hrdinové westernů často také zachraňují slečny v nouzi. Námětem se často stávalo utlačování původního obyvatelstva a kolonizování nového území. Za první western je považován film *Velká vlaková loupež* z roku 1903 režiséra Edwina Stantona Portera. Byl to první Western s propracovanou zápletkou. Tento film poskytoval nevšední divácký zážitek. Byla to zejména scéna, kdy jeden z lupičů střílí přímo proti kameře, což zaručovalo řádné vzrušení. Thomase Ince dostal western na vyšší úroveň a celosvětově ho proslavil. Za šedesát let od *Velké vlakové loupeže* se natočilo několik tisíc westernů, ovšem již po druhé světové válce se western mění. Především ve vykreslení kladných a záporných postav se proniká do hloubky charakterů a kladnými hrdiny se stávají například i banditi.³⁶

Sergio Leone byl italský filmový režisér a scenárista. V roce 1968 mu americká filmová společnost Paramount nabídla možnost točit v USA. Vznikla tak jeho nová „americká“ trilogie, jejímž prvním dílem je slavný western *Tenkrát na Západě*. Podařilo se mu zde dát dohromady Charlese Bronsona a Henryho Fondu. „*V Evropě film zaznamenal významný kasovní úspěch a v některých městech se hrál v kinech po několik let.*“³⁷ Charles Bronson, Lee Van Cleef a Clint Eastwood se proslavili hraním v takzvaných Spaghetti westernech.

³⁶ SADOUL, G. Z druhé strany kamery. Praha: 1962. s. 45

³⁷ Tenkrát na západě, dostupné z: <<http://www.csfd.cz/film/5911-tenkrat-na-zapade/>>

2.4 Komedie

O tom, že smích léčí, není třeba dlouze diskutovat ani pochybovat. Smích prostě do života člověka patří, uzdravuje ducha i tělo a bez nadsázky prodlužuje život. Od komedie se očekává humorný nadhled nad lidskými slabostmi a lidskou nedostatečností. Humor spolu s vkusnou komikou jsou zpravidla základními aspekty tohoto útvaru. Problémy hrdiny se podaří nakonec vyřešit a vše se v dobré obrátí. Komédie jsou filmy, které se nás snaží různými prostředky rozesmát. Dělají si posměch z lidské hlouposti. „*Od božských témat se později přenesly příběhy mezi poháněče oslů, prodavače vína a výrobce hrnců.*“³⁸ Komediální filmy se dají rozdělit do několika skupin, například parodie, situační komedie, černé komedie. Komédie patří mezi „lehké“ žánry, jejím cílem je pobavit diváka prostřednictvím obsaženého humoru. Humor může být verbální, slovní, i neverbální. Typické jsou komické akce – pohybové gagy, mimika a gestika. Hlavním poznávacím znakem je humor, který je zároveň společný pro komedie filmové, divadelní a literární.

Filmové komedie se dnes dají rozškátulkovat do různých kategorií podle typu humoru, typologie postav či podle toho, jaké cílové skupině jsou určeny. Základním předpokladem pro dosažení komického efektu je odstup diváka od postavy. Komédie plnily funkci oddechové zábavy. Byly proto velmi oblíbené a přitáhly zase jiné publikum. Opakem komedie je tragédie, které dávali přednost naopak Řekové. Francouzský film *Blbec k večeři* je komedie z roku 1998 režiséra Francise Vebera. Důraz je kladen na propracovanou zápletku komplikujícího se děje a komično zajišťují dialogy. Pierre Brochant je nakladatel, jehož přátelé mají velmi rádi drsnou zábavu. Každý týden je pořádána takzvaná večeře blbců, kdy každý účastník přivede co nejvýstřednějšího hosta a baví se jeho hloupostí. Celý děj se prakticky odehrává na jedné scéně interiéru bytu. Souvisí to s tím, že film má totiž i svou divadelní podobu.

³⁸ ŠTROBLOVÁ, S., Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa. Praha: UNIVERSITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA, 2009. s. 72

Černé komedie obsahují o dost drsnější a ironičtější humor. Je to velice specifický žánr. V Americe černá komedie jako literární žánr přišla do módy v padesátých a šedesátých letech. Autoři pracují s morbidními tématy a situační komikou. Témata pro černou komedii zahrnují smrt, sebevraždu, válku, politické spiknutí, duševní chorobu, manželskou nevěru, drogy, HIV, terorismus a zločin. Divák se často směje situacím, do kterých by se rozhodně nechtěl dostat a které jsou za hranicí jeho chápání. Černou komedií je film z roku 2003 jménem *Baba na zabítí*. Režie se ujal Danny DeVito, který se proslavil černou komedií *Válka Roseových* natočenou v roce 1989. Obsahuje tvrdší ironičtější, tzv. černý, humor.³⁹ „Manželé jsou nejdříve dokonale šťastní a nakonec se snaží zbavit jeden druhého. Vzájemně si likvidují auta, zabíjejí domácí zvířata a není jim cizí ani fyzické násilí. Na naší české scéně je úspěšná tragikomedie, která je zajímavým spojením komedie a tragédie. Zesměšňuje hloupost a nesmyslnost, stejně jako nespravedlivost. Jedním z mnoha příkladů je film *Musíme si pomáhat*. „*Velmi úspěšná okupační komedie je společným dílem autorské dvojice scenáristy Petra Jarchovského a režiséra Jana Hřebejka. Tvůrci se dívají na tragické období českých dějin s odstupem, s komediální nadsázkou i s porozuměním pro lidskou slabost. V místy až překvapivě napínavém příběhu vycházejí ze skutečných epizod, jež se odehrály během protektorátu.*“⁴⁰

Evropské pokusy o žánr teenagerské komedie se jen málokdy vyrovnají svým americkým předobrazům. Teenagerská komedie se dá nazvat modifikací bláznivé komedie. Používá podobný dějový spád a nečekaně se vyvíjející zápletku. Má velmi specifickou cílovou skupinu. Typické je školní prostředí a děj se točí zejména okolo trapasů mladých lidí. Postavy se liší, ale jedno mají společné. Buď bývají zejména oblíbení, nebo neoblíbení, obdivovaní, či utlačovaní. Zábavným faktorem jsou také nechápaví rodiče. Hlavními tématy jsou: láska, sex, škola, přátelé a hlavně zábava. Nejúspěšnějšími teenagerskými komediemi jsou bezesporu: *Prci prci prcičky* v USA a *Snowboardáci* v ČR.

³⁹ ŠTROBLOVÁ, 2009. s. 73

⁴⁰ *Musíme si pomáhat*, dostupné z: <<http://www.csfd.cz/film/4567-musime-si-pomahat/>>

Nemůžeme opomenout a nezmínit také komedie romantické, akční, hudební, sci-fi nebo parodie či krimikomédie. Bláznivé komedie jsou podobné grotesce.⁴¹ Hlavní postavy bývají velmi výstřední. Divák má pocit, že to, co postavy prožívají, se může stát opravdu jen jim. Typické jsou často až nereálné situace. Jako příklad můžeme uvést: *Bláznivá střela*, trilogie *Slunce, seno, jahody* a *Johnny English*.

2.5 Science fiction

Žánr je vymezený výskytem spekulativních technologií a přírodních jevů, anebo dosud neznámých forem života v díle. Děj sci-fi je často zasazen do vesmíru, alternativní historie či budoucnosti. Ve 40. a 50. letech výrazně stoupal počet točených filmů se sci-fi tematikou. Filmy žánru sci-fi představovaly ve svých počátcích část produkce, která by se dala nazvat jako druhořadá. Zázemí měl v literatuře a komiksech 20. let. Za zakladatele žánru bývají považováni dva autoři – Jules Verne, pokud jde o technickou sci-fi, a Herbert George Wells, který se věnoval spíše vlivu technologií na člověka.⁴² „Základ české sci-fi položil na sklonku 19. století Karel Pleskač v románu *Život na Měsíci*.“⁴³ Prvním výrazně technickým sci-fi příběhem je anonymní, neprávem zapomenutý román *Na novém světě*, který poprvé vyšel v roce 1905 na pokračování v brněnském časopisu *Červánky*. Velký vliv na vývoj české i světové sci-fi měla díla Karla Čapka *R. U. R.*, *Válka s mloky* a *Krakatit*.

Žánr je spojený s filmovými efekty. V padesátých letech mimozemské bytosti měly kostýmy, které působily velmi nedůvěryhodně. Roku 1979 se představil film *Vetřelec* režiséra R. Scota. Byl to fiktivní mimozemský tvor s kyselinou místo krve. Dalšími úspěšnými sci-fi byly *Star Trek*, *Transformers* nebo *Predátor*. Sci-fi vyjadřuje obavy z vývoje Země, což ukazuje např. film

⁴¹ ŠTROBLOVÁ, 2009. s. 73

⁴² Science fiction, dostupné z: scifi.petrsommer.cz/

⁴³ *Život na měsíci*, dostupné z: www.legie.info/kniha/4523-karel-jan-pleskac-zivot-na-mesici

režiséra S. Spielberga z roku 2002 s názvem *Minority Report*.⁴⁴ Sci-fi filmy přilákaly masu nových diváků a získávají dominantní postavení na filmové scéně s největšími rozpočty. Žánru sci-fi pomohl i rozmach počítačových efektů. Tvoří se velké fankluby, lidé na sebe berou kostýmy oblíbených postav. I firmy na hračky mají své žně. Skoro každý malý kluk má nějakého svého filmového hrdinu a díky hračkářským firmám ho může mít doma. Mezi významné autory sci-fi můžeme zařadit Isaaca Asimova, Arthura C. Clarka, Raye Bradburyho, Franka Herberta, Stanisława Lema, Ludvíka Součka a Roberta A. Heinleina.

2.6 Horor

Děsivé situace se vyskytují už v nejstarších zaznamenaných příbězích. Mnoho mýtů a legend používá scénář nebo archetypy příznačné pro pozdější horory. Ve starých babylónských, indických, japonských a čínských mýtech byly příběhy o démonech a upírech. Cílem je u čtenáře nebo diváka vyvolat pocit strachu a děsu. Horor jako filmový žánr má počátky už v literatuře. Spisovatel Edgar Allan Poe je považován za otce moderního hororu. Mezi jeho díla patří například: *Černý kocour*, *Předčasný pohřeb* a *Jáma a kyvadlo*. S postupem času se měnil stejně jako jiné žánry v důsledku společenského a technického vývoje. Dnes má již mnoho různých forem a mutací. Moderní horor se vyvinul z gotických románů, které na konci 18. století vytvářeli Horace Walpole (*Otrantský zámek*), Ann Radcliffová (*Záhady Udolfa*) nebo Matthew Gregory Lewis (*Mnich*). Za základní díla hororového žánru, která na ně pak navázala, jsou považována díla 19. století: *Dracula* od Brama Stokera (inspirovaný povídkou *Vampýr* Johna W. Polidoriho) *Frankenstein* od Mary Shelleyové, i *Podivný případ Dr. Jekylla a pana Hyda* Roberta Louise Stevensona. Podstatou hororu je různá podoba zla a temna vyjádřená příšerou či monstrem. Monstra vzniklá ze strachu a fantazie lidí jsou zřejmá v mnohých mytologických legendách a bájích, provázejí tedy lidstvo od pradávna. Lidé se

⁴⁴ ŠTROBLOVÁ, 2009. s. 72

bojí hororů, protože vycházejí z jejich představ, tužeb a fobií, které po celý svůj život sebou nesou.

„Podle druhu monstra a zápletky se horory dělí na sci-fi horor (*Vetřelec*, R. Scot, 1979), psychologický horor (*Mlčení jehňátek*, J. Demme, 1991), klasický horor (*Kruh*, G. Verbinski, 2002), zombie horor (*Noc ožvlých mrtvol*, G. A. Romero, 1968) nebo i na hororovou komedii (*Krotitelé duchů*, I. Reitman, 1984).“⁴⁵ Ve sci-fi hororu se objevuje mimozemská bytost, která terorizuje lidstvo. Nechybí akční scény a ztráty na životech, ale lidé nakonec zvítězí.

Psychologický horor ukazuje formy týrání s přehnanou krutostí. Mezi první tohoto druhu lze řadit německý němý film z dvacátých let 20. století *Kabinet doktora Caligariho*. Film se stal nejvýznačnějším příkladem německé expresionistické kinematografie a měl velký vliv na film noir a další hororové filmy. Postava Caligariho psychopaticky ovládala osud jiných lidí. Horor může mít nádech kriminálního žánru, nebo být přímo kombinovaný s detektivkou, jako trilogie o psychiatrovi Hannibal Lecterovi (*Mlčení jehňátek*, *Hannibal a Červený drak*). V těchto snímcích ztvárnil Lectera britský herec Anthony Hopkins, který dostal za roli mimo jiné i Oscara za nejlepší mužský herecký výkon v hlavní roli. V roce 2007 byl natočen třetí snímek série *Hannibal – Zrození*, v němž mladého dr. Lectera ztvárnil Gaspard Ulliel. Postavu Hannibala Lectera vytvořil spisovatel Thomas Harris. Neměli bychom opomenout také postavy zombie a mumie egyptských faraonů. Motiv vzkříšení mrtvého je patrný ve výše zmíněném průkopnickém hororu *Frankenstein*. Vůbec poprvé byl Frankenstein převeden na filmové plátno roku 1910 krátkým filmem v produkci Thomase Edisona.

Vypráví příběh mladého vědce Viktora Frankensteina, který stvoří umělého člověka, monstrum ohyzdné podoby s nadlidskou silou. Román byl

⁴⁵ ŠTROBLOVÁ S., *Filmová a televizní dramaturgie a programová skladba*. Praha: UJAK, 2009. s. 73

mnohokrát zfilmován a patří mezi klasická díla hororového žánru.⁴⁶ Tento film se stal kultovním a bylo podle něho natočeno mnoho re-makeů. Postava a námět z Frankenstein se objevily i v mnoha jiných filmech jako např. *Frankenstein: Souboj gigantů* (1966), *Odpoutaný Frankenstein* (1990) či *Van Helsing* (2004). Hororová komedie obsahuje děsivé, ale i komické prvky, jako například: *Krotitelé duchů*, *Adamsova rodina* anebo *Strašidelný dům* v hlavní roli s Eddiem Murphym. Alfred Hitchcock je významným tvůrcem hororů. V roce 1963 představil film *Ptáci*. Na filmových plátnech se dále objevilo mnoho zvířat. Extrémně jedovatí a agresivní pavouci, včely, mravenci, chřestýši, krysy nebo nenasytné piraně a různé druhy hmyzu. Tento výběr není náhodný, jedná se většinou o tvory, kteří podněcují lidské fobie. Mezi nejznámější horory se zvířecí tematikou patří: *King Kong*, *Jurský park* či obrovský ještěr nazývaný *Godzilla*. Následně vznikaly podobné filmy s přerostlými aligátory, anakondami či bájnými krakaticemi. Specifická je i hudba používaná v hororech, dodává na dramatičnosti a má velmi proměnnou dynamiku. Diváka v určitých pasážích udržuje v napětí a pomáhá s gradací.

Vznikají i hororové počítačové hry a hororové prvky se objevují i ve výtvarném umění. Počítačové hry působí jako další vývojový stupeň hororového žánru, kdy od literatury přes film přibývá interaktivní složka. Nejznámější počítačové hry: *Doom*, *Resident Evil*, *Silent Hill* byly také filmově zpracovány. *Resident Evil* byl velmi úspěšným hororem. Na filmovém plátně se objevil celkem čtyřikrát. Hlavní představitelkou je Milla Jovovich. Tajemná společnost Umbrella Corporation, zabývající se genetickým výzkumem, provádí ve svých rozsáhlých podzemních laboratořích velice nebezpečné pokusy. V jednu chvíli uniká smrtící virus a centrální počítač laboratoře – Red Queen – uzavírá neprodyšně celou zasaženou oblast podzemního labyrintu a nechává zaměstnance zasažené virem uvnitř celého pekla. Zaměstnanci poté připomínají „krvelačné zombie“.

⁴⁶ SADOUL, 1958. s. 127

2.7 Reklama

„Reklamu nelze považovat za další typ komunikace, nýbrž za způsob využívání různých existujících forem komunikace k dosažení vytčeného účinku.“⁴⁷ Reklama je produkt, který podporuje komerční, podnikatelskou podstatu médií. Má funkci přesvědčovací a ovlivňovací. Objevuje se mezi jednotlivými pořady či jejich částmi ve vysílání, na stránkách novin a časopisů, na billboardech, plakátech apod. U reklamy jde o specifický žánr, který je často i zábavní. Bez reklamy by neexistovaly komerční rozhlasové a televizní stanice. Reklama se ovšem nemusí týkat jen spotřebního chování. Reklamní sdělení může podporovat i politické subjekty nebo nějakou změnu v chování společnosti. Jako příklad můžeme uvést reklamy na bezpečný sex, ohleduplnost ke starším lidem nebo odklizení psích výkalů.

Pro výrobce reklam jsou přitažlivé různé lidské typy, které dovolují divákovi rychlou orientaci v ději. Příběh televizní reklamy je uchopitelný ve velmi krátkém časovém úseku. Do těchto příběhů je možné zapadnout, je to prostor, jenž je možné obývat, je nám představen jako lepší život, než ten který žijeme či obýváme. Reklama nám ukazuje, že tento pocit potěšení a bezpečí lze nabýt tou správnou – „jejich“ volbou výrobku či služby. Reklamy posilují existující stereotypy tím, že je opakují. Například bankéři a policisté jsou téměř bez výjimky mužského pohlaví. Reklama ovšem stereotypy pouze nepřebírá, ale také je nejrůznějšími způsoby aktualizuje. A to až na hranici ironie či popírání existujícího stereotypu.⁴⁸ Reklama v mnoha ohledech reprezentuje klíčové prvky dané kultury a ideologie. Jedním z hlavních přesvědčení naší společnosti je, že je dobré kupovat a vlastnit zboží. Panuje názor, že vlastněné zboží může v člověku vyvolat pocity štěstí, vylepšit jeho postavení a „image“. Existuje však náznak rozporu, a tím je zjevně sobecké hromadění bohatství na straně jedné a nezištná pomoc a nesobecké vztahy na straně druhé.

⁴⁷ BURTON, G., JIRÁK, J. Úvod do studia médií. Brno: BARRISTER & PRINCIPAL, 2003. s. 266

⁴⁸ BURTON, JIRÁK, 2003. s. 266

Reklama je v rámci naší kultury svým způsobem zvláštní typ umění. Je to až s podivem vzhledem ke skutečnosti, že „tito umělci“ ironizují až bagatelizují často díla velkých umělců. Hudbu, obrazy, památky a další umělecké výtvořiny používají do svých reklam, aby dokreslili či dodramatizovali chvíli okamžiku v reklamě. Právě hudba je mocným prvkem napětí, pobavení, úžasu nebo obavy v těchto často „minifilmch“. „*Italský režisér Fellini údajně zhlédl několik britských televizních reklam a prohlásil o nich, že jsou to ‘malá umělecká díla trvajících jednu minutu’.*“⁴⁹ Neměli bychom také zapomenout na slogany, které jsou nedílnou součástí každé velké firmy. Nejznámějšími slogany ve světě jsou: McDonald - „*I’m lovin’ it*“ nebo například Nike – „*Just do it*“. Ostatně slogany se staly součástí naší kultury stejně jako dětské říkanky nebo kdysi dávno babské pověry. Důležité je opakování, protože lidé mají sklon zaznamenat a pamatovat si sdělení, která se opakují a současně věřit tomu, co si pamatují. Proto je zvykem tak často opakovat název značky či základní slogan. V reklamách existují nadále i významné ideologické imperativy, například hodnota individualismu. Posouvají se také, aby vzaly v potaz otázku rodu a s tím spojené rodové problematiky.⁵⁰ U žen se reklamy zaměřují zejména na mateřství, vzhled a plnění role dobré hospodyňky. U mužů na to, aby byli úspěšní podnikatelé a zabezpečili rodinu. Na tyto aspekty apelují především reklamy na výhodné úvěry pro domácnost. Příkladem může být Unicredit bank, Alians a Raiffeisen. Reklamy spojené s přírodou využívají zejména automobilky. Vzpomeňme na Volkswagen — Škoda a malebný francouzský venkov v reklamách na vozy Renault. Umístění vozu do překrásné krajiny navozuje pocit, že stojí za to tam být. A produkt se s tímto pocitem jednoduše asociuje. Potravinářský a kosmetický průmysl využívá také přírodu ale v jiném smyslu. Příroda je součástí výrobku – v jogurtech najdeme čerstvé jahody a v krému výtazek z máty. Příroda a panenskost s ní spjatá jsou hodnoty, jež jsou součástí příslušné ideologie a daného kulturního kontextu.

⁴⁹ BURTON, G., JIRÁK, J. Úvod do studia médií. Brno: BARRISTER & PRINCIPAL, 2003. s. 275

⁵⁰ BURTON, JIRÁK, 2003. s. 276

Televizní žánry se však od těch filmových liší, což vychází z rozdílnosti vztahů, které se utváří mezi danými médii a jejich diváky. Televize silně spoléhá na snadnou rozpoznatelnost charakterových typů a formátu pořadu. Jakmile si inzerent půjčuje nějaký prvek z určitého žánru, bere si i témata s ním spojená, hodnoty a poselství, které s tímto žánrem asociují. Typické jsou reklamy na alkohol, kde jsou jasné rysy chlapáctví a drsnosti, jako příklad bychom uvedli Jameson nebo Johny Walker. „*Reklama neprodává pouze výrobky, obrazy a hodnoty, ale celkový životní styl, v jehož rámci výrobek či služba existují.*“⁵¹ Reklamy nabízejí různé druhy odměn. Jsou to například slevy či získání výrobku. Většinou mají ale tyto „*taháky*“ spíše psychologickou než materiální povahu. Odměnou za tuto volbu nákupu je například ženám, že se stanou dobrými hospodyněmi. Pravým opakem je trest neboli hrozba, která následuje, pokud si daný výrobek nekoupí. Typické jsou věty: „*Nepropásněte svoji šanci!*“. Někdy to může kolidovat až s vydíráním. Dalším velmi účinným pomocníkem je apel na sdílené hodnoty – „*Myslete na svoje stáří!*“. U ztotožnění a nápodoby reklama využívá pana X, který zrovna určitý výrobek nakupuje a velmi si ho pochvaluje. Zadavatel reklamy se snaží zlákat klienta k nápodobě spotřebního chování. Není výjimkou, že se objevuje také skupinová identita. Lidé mají potřebu patřit do nějakých skupin a zadavatel jim často tímto způsobem nabízí také členství. Typickým příkladem jsou benzínové pumpy a jejich členské výhody. Reklamy mohou evokovat také splnění určité touhy. Důchodové pojištění a spojení exotického ostrova, který se na ně už těší, je nejlepším příkladem. Velmi účinnou metodou je také provokace.⁵² Velmi dobrou kampaň měl deník *Super*, který dlouho nechal národ v nejistotě, o jaký produkt se vlastně bude jednat. Na obrazovce se objevoval pouze hypnotický točící obrazec a slogan: „*Blíží se něco super!*“.

„Televizní instituce samozřejmě má své dozorčí orgány provádějící její vlastní – vnitřní seberegulaci, která by měla vycházet z pozměněné Směrnice

⁵¹ BURTON, G., JIRÁK, J. Úvod do studia médií. Brno: BARRISTER & PRINCIPAL, 2003. s. 274

⁵² BURTON, JIRÁK, 2003. s. 268

*Evropského parlamentu a rady, a tak by měla, v jejím duchu, jako svůj cíl ctít vysokou úroveň ochrany cílů obecného zájmu, zejména ochranu nezletilých osob a lidské důstojnosti.*⁵³ Směrnice se vztahuje k šíření dětské pornografie, v obchodních sděleních pak zakazuje reklamy na cigarety a jiné tabákové výrobky a zaměření alkoholových reklam na dětského spotřebitele, zamezuje také diskriminaci na základě pohlaví, rasy či etnického původu, národnosti, náboženského vyznání či přesvědčení, zdravotního postižení, věku či sexuální orientace, zakazuje podněcování chování, které by ohrožovalo zdraví nebo bezpečnost, případně životní prostředí. Zásah proti audiovizuálnímu reklamnímu dílu je ovšem v očích elit určujících kritéria morálky patrně mnohem legitimnějším aktem, než jakým by byl zásah proti uměleckému dílu typu filmu, případně televizního pořadu. V očích Směrnice se filmy a televizní pořady stávají problematickými de facto pouze v okamžiku, kdy napodobují praktiky reklamy – tedy v případě tzv. product placementu.⁵⁴ Umístění produktu směrnice definuje jako: začlenění výrobku, služby, příslušné ochranné známky či zmínky o nich do pořadu za úplatu nebo jinou protihodnotu, a to by mělo být podle ní v zásadě zakázáno. Směrnice samozřejmě vymezuje kromě zákazů také v případě „umístění produktu“ výjimky ze zákazů. Podle těch je možné do filmů, seriálů a televizních pořadů umísťovat výrobky, jsou-li poskytnuty bezplatně za účelem produkční podpory, zejména pak jedná-li se o sportovní pořady či zábavní pořady.⁵⁵ Podmínkou je pouze to, že daným výrobkem nejsou cigarety či tabákové výrobky, že se nejedná o pořady pro děti, že výslovně nepodporují nákup výrobku či jej nemístně nevyzdvihují a že diváka na umístění produktu upozorňují. Reklama je tak na rozdíl od filmů také mnohem cíleněji a přísněji kontrolována, neboť směrnice dozor nad reklamou a ostatními pořady odděluje a obecně nepokládá předběžnou kontrolu ostatních audiovizuálních mediálních služeb ze strany veřejných orgánů za nezbytně nutnou. „V obecném náhledu

⁵³ Škodí film?, dostupné z: <<http://cinepur.cz/article.php?article=1339>>

⁵⁴ Produkt placement, dostupné z: <<http://www.media-master.cz/ct2/product-placement/>>

⁵⁵ Regulace filmů v České republice, dostupné z: <<http://cinepur.cz/article.php?article=1339>>

*předpokládá spíše určitý sebeformující filtrační systém, jehož základním principem budou kritéria stanovená právě směrnici samou a díky němuž budou provozovatelé televizního vysílání Směrnici závazně vycházet vstříc.*⁵⁶ Kontrola dozorčích orgánů tedy může zasahovat proti již odvysílanému teprve zpětně, a tedy až poté, co byl „škodlivý obsah“ zpřístupněn.

V České republice je zásadním orgánem politické regulace televize Rada pro televizní a rozhlasové vysílání, která u nás funguje jako orgán jmenovaný Parlamentem od roku 1992. Ve svých preventivně-sankčních pravomocích se přitom Rada orientuje zejména na kontrolování objektivitu a vyváženosti informací a na ochranu dětí a mladistvých se zvláštním zřetelem na problematiku násilí. V průběhu devadesátých let Rada částečně rozštěpila svou působnost vytvářením etických kodexů, jejichž zásady jsou uplatňovány v rámci samoregulačních opatření dílčích provozovatelů, ale i zřízením různých odborných výborů. V rámci veřejnoprávní televize tedy působí jako sekundární dozorčí orgán samostatná Rada České televize a existuje tu také Rada pro reklamu.⁵⁷ Tyto orgány zamezují také skryté a podprahové reklamě. Erotika se nesmí zařazovat mezi 6. a 22. hodinou. Dále se nesmí vysílat reklamy hned po bohoslužbách, zpravodajství, publicistice, dokumentech, náboženských a dětských pořadech. *„Časový limit vysílání reklamy, jakož i časové rozpětí mezi jednotlivými reklamními bloky v jednotlivých pořadech upravuje zákon č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, zejména ustanovení § 49 a § 50.*⁵⁸

2.8 Animovaný film

Svět kreslených postaviček, kdy dobro vždy zvítězí nad zlem s patřičnou dávkou humoru, milují snad všichni bez rozdílu věku. Studia jako Dreamworks nebo Pixar vypouštějí do světa animované filmy pro děti i pro

⁵⁶ Regulace filmů v České republice, dostupné z: <<http://cinepur.cz/article.php?article=1339>>

⁵⁷ Rada pro televizní a rozhlasové vysílání, dostupné z: <<http://www.rrtv.cz/>>

⁵⁸ Zákon o provozování rozhlasového a televizního vysílání, dostupné z: <<http://zakony-online.cz/?s136=all>>

dospělé. Ročně můžeme v kinech zhlédnout velké množství těchto filmů. „*Princip klasického kresleného filmu spočíval v minulosti v tom, že se na rovné ploše fotografovaly předměty s pohybem, rozloženým okénko po okénku, a pohybující se před určitou dekorací. Papírkový film uváděl před kamerou do pohybu kloubové figurky vystřižené z papíru, lepenky nebo plechu, jejichž pohyby se filmovaly okénko po okénku. Na stejném principu byly založeny i siluetové filmy, kde bylo používáno černých a bílých postav na šedavém pozadí*“⁵⁹ Aby dosáhli tvůrci hloubky a určité hry světla, umísťovali kresby, siluety a papírové figurky ne pouze před jedno pozadí ale před více skleněných ploch.⁶⁰ Animovaný film je druh filmu, který je snímán po jednotlivých fázích (neboli snímcích filmového pásu) tak, aby se jeho přehřátím plnou rychlostí vytvořil dojem plynulého pohybu. Právě tomuto způsobu rozpořádání se říká animace. Velmi důležitou součástí je také hudba, osvětlení a další prvky filmové řeči. Právě u animovaného filmu jsou mnohdy potřebnější pro dokreslení než u filmu hraného. Animované filmy vznikaly původně jako kreslené, loutkové nebo využívaly dalších technologií, od konce 20. století se uplatňuje počítačová animace. V době computerů je animace snazší. Avšak staré dobré techniky a postupy jak animovat stále nezanikly.

U počátku animovaného filmu v Československu stál Jiří Trnka, který proslul po válce svými loutkovými filmy. Dalšími známými tvůrci z dob někdejšího Československa jsou Břetislav Pojar, Hermína Týrlová, Jan Švankmajer a Karel Zeman. Pozadu nezůstali ani mistři kresby – Josef Čapek nebo Josef Lada, kteří spolupracovali na filmech Eduarda Hofmana a Josefa Klugeho. Za druhé světové války se v Ateliéru filmového triku sešli při tvorbě prvního společného díla tvůrci, kteří byli poté spjati s osudem České školy animovaného filmu. Na animaci filmu *Svatba v korálovém moři* se podíleli například Jiří Brdečka, Eduard Hofman, Jaroslav Doubrava a další. V roce

⁵⁹ ŠTROBLOVÁ, S., Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa. Praha:

UNIVERSITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA, 2009. s. 68

⁶⁰ ŠTROBLOVÁ, 2009. s. 68

1945 vznikly dvě školy animovaného filmu, a to v Praze a Gottwaldově.⁶¹ Právě v této době vznikl kreslený film *Zasadil dědeček řepu*. Další velkou osobností je už výše zmíněná Hermína Týrlová se svým legendárním *Ferdou Mravencem*, kterého napsal Ondřej Sekora. Z její produkce můžeme uvést ještě *Zlatovlásku*, *Ukolébavku* či *Vánoční sen*, který získal v roce 1946 cenu na MFF v Cannes za nejlepší loutkový film. Karel Zeman ale také nezůstal se svými filmy pozadu a vyhrál mnoho cen. Mezi nejúspěšnější můžeme zařadit filmy: *Král Lávra*, *Cesta do Pravěku*, *Vynález zkázy*, *Baron prášil*, *Ukradená vzducholod'*, *Pohádky tisíce a jedné noci* a *Čarodějův učeň*. Neměli bychom opomenout také večerníčkovou éru. Mezi nejslavnější a stále vysílané večerníčky patří: *Bob a Bobek*, *Maxipes Fík*, *Mach a Šebestová* apod. Snad jedinou výjimkou jsou Krkonošské pohádky s hlavní postavou Krakonoše, což byla studiová pohádka respektive hraný televizní film (hraný televizní seriál). Zejména Jiří Trnka byl významnou osobností animovaného filmu. S oblibou používal ve svých filmech loutky. Mezi jeho nejznámější loutkové filmy namluvené jeho přítelem J. Werichem patří *Staré pověsti české* a *Dobrý voják Švejk*. Za svůj dlouhometrážní film *Špalíček* obdržel v roce 1948 Velkou cenu v Benátkách. Jeho dalšími díly byly filmy: *Císařův slavík*, *Bajaja*, *Veselý cirkus*, *Sen noci svatojánské*, *Archanděl Gabriel a paní Husa* a další. Kritika ho nazvala Waltem Disneyem východu.⁶²

Walter Elias „Walt“ Disney byl americký filmový producent, režisér, scénárista, dabér a animátor. Jako zakladatel (společně se svým bratrem Royem O. Disneyem) firmy Walt Disney Productions se stal jedním z nejznámějších filmových producentů na světě. Ve své době silně ovlivnil zábavní průmysl. Společnost, kterou založil, se v současnosti jmenuje The Walt Disney Company a má roční obrát okolo 35 miliard dolarů. Společně se zaměstnanci společnosti vytvořil řadu světově známých postaviček včetně *Mickey Mouse*. Zajímavostí je, že této postavičce osobně propůjčil hlas. První krátkometrážní animovaný film s Mickeyem se jmenoval *Plane Crazy* a byl, stejně jako

⁶¹ ŠTROBLOVÁ, 2009. s. 69

⁶² ŠTROBLOVÁ, 2009. s. 70

všechny Disneyovy předešlé filmy, němý. Dalšími populárními postavami Disneyeho týmu byly *Pepek námořník* a *Sněhurka*. Do jeho stáje patří mimo jiné filmy jako *Pinocchio*, *Bambi*, *Alenka v říši divů* a *Petr Pan* a *Dumbo*. *Popelka* byla Disneyeho nejúspěšnějším filmem od doby premiéry *Sněhurky*. Neměli bychom opomenout zmínit také zajíce *Bugs Bunnyho*. Walt Disney vyhrál celkem 26 Oscarů z 59 nominací, včetně rekordních čtyř Oscarů v jednom roce. Také obdržel sedm ocenění Emmy.⁶³ Zábavní parky pojmenované po Disneyovi můžeme najít ve Spojených státech (Disneyland, Walt Disney World Resort), Francii (Disneyland Paris) a Číně (Hong Kong Disneyland) a v Japonsku (Tokyo Disney Resort).

Kreslené filmy a seriály také pocházejí z Japonska. Nazývají se *anime*. Jeden z nejslavnějších a nejuznávanějších tvůrců japonských animovaných filmů je Hajao Mijazaki. Spolu s Isao Takahatou založil a nyní vede animátorské studio Ghibli, které produkovalo jeho nejznámější filmy. Jeho filmy jsou kreslené v japonském komixovém stylu zvaném *manga*. „V roce 1999 uvedl film *Princezna Mononoke*. Film se v Japonsku zakrátko stal nejvýdělečnějším filmem všech dob, byl překonán až legendárním *Titanikem*, kterého ale opět překonal v roce 2001 jiný Mijazakiho film, *Cesta do fantazie*, který získal i Oscara za nejlepší celovečerní animovaný film.“⁶⁴ Hrdinové jeho filmů bývají nezávislé silné dívky a mladé ženy. Postavy se málokdy dělí na dobré a zlé. Záporné postavy se v Mijazakiho filmech příliš nevyskytují. Jeho nejvýznamnější díla jsou: *Laputa*, *Zámek v oblacích*, *Můj soused Totoro*, *Doručovací služba slečny Kiki* a *Ponjo z útesu nad mořem*.

V dějinách kinematografie se lze setkat i s kombinacemi klasického hraného filmu a klasického kresleného filmu. Mezi nejznámější snímky tohoto typu patří dnes již legendární filmy *Marry Poppins* z roku 1964 nebo *Falešná hra s králíkem Rogerem* z roku 1988. Ve filmu kromě živých herců (lidí) vystupuje hned celá plejáda animovaných kreslených postaviček dobře

⁶³ Walt Disney, dostupné z: <<http://disney.go.com/guestservices/international>>

⁶⁴ Hajao Mijazaki, dostupné z: <<http://www.osobnosti.cz/hajao-mijazaki.php>>

známých z předchozích filmů společnosti Walta Disneye. „*Film byl natočen na podkladě knižní předlohy - románu Garyho K. Wolfa Who Censored Roger Rabbit?. Snímek získal cenu Americké akademie filmových umění a věd Oscara za vizuální efekty, střih a střih zvukových efektů. Kromě toho také obdržel zvláštní cenu Akademie za průkopnické spojení běžného hraného a animovaného filmu. Režie se ujal Robert Zemeckis.*“⁶⁵ Oba výše zmíněné filmy produkovala společnost Disney. Ve své době tyto snímky patřily mezi technicky nejnáročnější filmová díla vůbec. Počítačem animované filmy jsou například: *Shrek, Toy Story, Hledá se Nemo, Doba ledová, Auta a Happy Feet*. Prvním takhle animovaným českým filmem byl *Kozí příběh*. Hraný film s animovanými triky byl *King Kong*. Animované triky využívají všechny animační technologie.

Největší mezinárodní specializovaný festival animovaného filmu v ČR se nazývá AniFest. AniFest představuje až 400 animovaných filmů z celého světa včetně projekcí v 3D, krátké, celovečerní i oscarové snímky. Jeho posláním je rozvoj české animované tvorby v evropském i světovém kontextu. Festival umožňuje odborníkům i široké veřejnosti setkání s nejlepšími díly a také předními osobnostmi a nejnovějšími trendy domácí i světové animované tvorby. AniFest vyvíjí svou činnost celoročně v rámci Institutu animované tvorby, Ozvěň AniFestu, AniFestu na školách a Školiček animace.⁶⁶

⁶⁵ Falešná hra s králíkem Rogerem, dostupné z: <<http://www.csfd.cz/film/10142-falesna-hra-s-kralikem-rogerem/>>

⁶⁶ Anifest, dostupné z: <<http://www.anifest.cz/2012/>>

3. PUBLIKUM

Publikum můžeme definovat podle různých aspektů: Podle *místa* v případě lokálních médií. Podle *lidí*, je-li médium přitažlivé pro určitou věkovou skupinu či pohlaví, stoupence určitého druhu zábavy nebo příslušníky určité zájmové skupiny. Podle typu *média* nebo *kanálu*, zde hraje roli technologie a organizace. Podle *obsahu* sdělení, což jsou žánry, témata a styly. Podle *času*, můžeme hovořit o „denním“ publiku, o publiku „hlavního vysílacího času“ nebo o krátkodobém a přelétavém publiku jako protikladu ke stálému publiku.

Haysův kodex určoval od 30. let 20. století, co se ve filmu a později i v televizi může a nesmí objevit. V sedmdesátých letech však byla překročena všechna tabu, protože právě sex, rasová diskriminace a násilí diváka zajímaly. Haysův kodex byl nakonec zrušen.⁶⁷

První promítací show byly založené na vizuálním potěšení, udivení a ohromení publika. Byly konstruovány jako povrchní a prchavé pobavení, zabývající se groteskními, exotickými a absurdními tématy. Odlišovaly se od sebe iluzí produkovanou různými způsoby. „*Můžeme již dnes tvrdit, že komunikační revoluce posunula „rovnováhu moci“ od médií k obecnstvu, které má dnes na vybranou z více možností a může média využívat mnohem aktivnějším způsobem.*“⁶⁸ Publikum je zpravidla mnohem rozptýlenější než jakákoliv skupina, dav či veřejnost. Jeho příslušníci se většinou neznají a nezná je ani ten, kdo mu dal vzniknout.

Jestliže považujeme publikum za výtvar médii, můžeme si všimnout, že se publikum často zrodí současně s novou technologií. „*Publikum vnímá média odlišně podle jejich fyzických a psychosociálních vlastností.*“⁶⁹ Například s vynálezem filmu, rozhlasu, televize se publikum automaticky vyvíjelo. Ale

⁶⁷ ŠTROBLOVÁ, 2009. s. 104

⁶⁸ MCQUAIL, D., Úvod do teorie masové komunikace. Praha: Portál, 2009. s. 51

⁶⁹ MCQUAIL, D., Úvod do teorie masové komunikace. Praha: Portál, 2009. s. 53

může se to pojit i s přitažlivostí nového časopisu či internetového portálu. Média se snaží vytvořit a udržet nová publika. „Prorokují“ spontánní poptávku, vyhledávají také potenciální zájmy, které se ještě neprojeví. *„Existují i další možnosti definování osobitých typů publika – záleží na daném médiu a zvoleném úhlu pohledu. Internet přináší nové typy komunikačních vztahů, které neodpovídají typologii vytvořené pro masovou komunikaci.“*⁷⁰ Budoucnost publika je ve světle změn komunikačních technologií. Vedou k nadbytku a větší interaktivitě. Lidé mají stále více možností vytvořit nové publikum na základě společných zájmů.

3.1 Masové publikum

Masou rozumíme: „Sociologický vágní pojem, používaný pro množinu osob, které se spolu minimálně integrují a nemají společné vedení, jsou však většinou objektem cíleného ovlivňování, indoktrinace a manipulace.“⁷¹ Počátky masové komunikace jsou úzce propojeny s doktrínami o psychologii mas. Tyto počáteční analýzy předpokládají, že zde existuje všemocné médium, které může libovolně ovlivnit bezbranné, sociálně izolované recipienty.

*„Počátky současného publika masových médií můžeme podle všeho najít v dávných veřejných divadelních a hudebních představeních, hrách a atrakcích. Nejstarší obraz publika je spjat se shromážděním lidí na určitém místě. Řecko a Řím mělo pro takové příležitosti svá divadla či arény. Z tohoto pohledu bylo publikum institucionalizováno již před více než dvěma tisíci lety.“*⁷² Herbert Blumer byl první, kdo definoval pojem „masa“ jako nový typ sociálního uskupení v moderní společnosti a postavil masu do protikladu k jiným formacím, zejména ke skupině, davu a veřejnosti. První konzumenti produktů masové mediální výroby byli příslušníci dělnické třídy v oblasti západní Evropy a Severní Ameriky v době dynamického rozvoje průmyslové

⁷⁰ MCQUAIL, D., Úvod do teorie masové komunikace. Praha: Portál, 2009. s. 408

⁷¹ ŠTROBLOVÁ, S., Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa. Praha: UNIVERSITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA, 2009. s. 47

⁷² MCQUAIL, D., Úvod do teorie masové komunikace. Praha: Portál, 2009. s. 408

revoluce ve 2. polovině 18. století. Nejvýraznější vlastností masového média je ta skutečnost, že médium je určeno pro mnoho spotřebitelů. Potenciální publikum je vnímáno jako početné seskupení více či méně anonymních spotřebitelů. Důležitá kniha o masovém publiku spatřila světlo světa v roce 1939 – *The Mass, the Public and Public Opinion* od Waltera Lippmanna.⁷³ Masová kultura se snaží přiblížit co největšímu počtu lidí, stávají se také základním předpokladem masové spotřeby. Nahlížení na publikum bylo často ovlivněno negativními názory na masová média a začalo od obyčejných předsudků a snobství až k důmyslnému uplatnění analýzy médií. „*Tato teorie staví rovnítko mezi početné publikum médií a „nejnižšího společenského jmenovatele“ vkusu. Tento názor rovněž předpokládá, že „masová kultura“, „pokleslý vkus“ a „masové publikum“ jsou více méně synonyma. Tento způsob myšlení byl označen jako „ideologie masové kultury“.*“⁷⁴ Prvotním cílem masové kultury je své publikum pobavit a posloužit k zaplnění jejich volného času. Zvláštní případ představují média, která se – byť třeba ne najednou – snaží oslovit pokud možno co nejvíce lidí, například všechny obyvatele daného státu od dětí po důchodce. „To jsou nejvlastnější masová média, neboť vnímají opravdu uživatele jako ‘masu’.“⁷⁵ Masové publikum je pro média i inzerenty za jistých okolností velmi výhodné, protože čím více lidí médium osloví, tím méně peněz stojí inzerenta oslovení jednoho člověka.

⁷³ MCQUAIL, 2009. s. 67

⁷⁴ MCQUAIL, D., Úvod do teorie masové komunikace. Praha: Portál, 2009. s. 311

⁷⁵ Mediální publikum, dostupné z: <<http://clanky.rvp.cz/clanek/s/Z/553/MEDIALNI-PUBLIKUM.html>>

4. MASOVÁ MÉDIA A FENOMÉNY

Zde je několik fenoménů, jimiž se dialogická zpětná vazba v masových médiích projevuje: přímé přenosy otevřených diskusí, telefonické vstupy posluchačů a diváků (u nás jsou častější v rozhlase). „*Divácké akce nesoutěživého typu jsou rozsáhlé happeningy jako v hnutí „New Games“, kdy třeba tisíc lidí na louce vytvoří řetězec tak, že si navzájem sedí na klíně v mírném podřepu. Patří sem také elektronické hlasování diváků během pořadu (předpokládá to mít u televizoru doplňující technické zařízení) nebo autorská účast obyvatel na regionálním vysílání (rozhlasovém i televizním).*“⁷⁶ Dále širší možnost volby stanic (kanálů) a také možnost aktivně zasahovat do programu jako v multimédiích.

Dalším fenoménem jsou sociální sítě. Je to služba na internetu, která registrovaným členům umožňuje si vytvářet osobní (či firemní) veřejný či částečně veřejný profil. Jejich prostřednictvím se sdílejí informace, fotografie, videa, provozuje se chat a probíhá komunikace na více úrovních. V současnosti nejznámější a největší sociální síť na světě je Facebook s téměř 800 milióny registrovaných uživatelů. Název vznikl z papírových letáků zvaných Facebooks, které se rozdávají studentům prvního ročníku na amerických univerzitách. Tyto letáky slouží k bližšímu seznámení studentů mezi sebou. Zakladatelem je Mark Zuckerberg. Facebook je plně přeložen do šedesáti osmi jazyků. Začátkem prosince 2007 se stal Facebook se svými 57 milióny aktivními členy stránkou s největším počtem uživatelů mezi studentskými weby.

V roce 2010 vznikl americký film *The Social Network*, který mapuje počátky Facebooku. Ve filmu *The Social Network* divákům režisér David Fincher a scenárista Aaron Sorkin nechali nahlédnout do okamžiků, kdy vznikal Facebook. Obsahuje svědectví odlišných pohledů hyperinteligentních mladých mužů, kteří svorně tvrdí, že právě oni byli u toho, když Facebook

⁷⁶ BLAŽEK, B., *Tváří v tvář obrazovce*. Praha: Sociologické nakladatelství, 1995. s. 71

vznikl. Tento film poukazuje na rozpory v subjektivních výkladech událostí. Facebook je třetí nejnavštěvovanější stránkou na světě. Dále můžeme zmínit Twitter a například nově vzniklou sociální síť Lady Gaga – Little monster.

Největší internetový server pro sdílení video souborů je YouTube, který je nepostradatelnou součástí zábavního průmyslu a masmédií. Byl založen v únoru 2005 zaměstnanci PayPalu, jmenovitě Chadem Hurleyem, Stevem Chenem a Jawedem Karim. V listopadu roku 2006 byl zakoupen společností Google za 1,65 miliardy dolarů. YouTube byl v České republice lokalizován jako v 10. zemi Evropy a 22. zemi světa. V některých zemích je přístup blokován a YouTube se stal terčem kritiky. Problémem je příliš velká svoboda slova, porušování autorských práv, zobrazování násilných scén a cenzura z politických důvodů. Důvodem jsou například totalitní režimy a cenzorské organizace.

4.1 Digitální estetika a nová média

„Proměna západní společnosti a masové kulturní zábavy představuje druhý úhel pohledu na současnou diskuzi o existenci digitální estetiky. Kulturní posun za poslední století je silně poznamenán vývojem technologie tvorby a distribuce médií.“⁷⁷ Nová digitální média jsou dnes napojena na vizuální kulturu, která je poznamenána dynamickým vývojem nástrojů, jež publiku umožňují prožít oproti jiným médiím silný audiovizuální zážitek. „Nová média skýtají zážitek spojený s prezentací pohyblivých obrazů / filmů (motion picture), tedy prožitek vykazující typické znaky estetické „libosti“. Samotný termín podívaná (spectacle) odkazuje k filmu a jeho vizuálnímu svádění speciálními efekty, které jsou v protikladu k divákově snaze pozorně sledovat vyprávění a vývoj postav.“⁷⁸

⁷⁷ Vizuální kultura a nová estetika digitálních médií. Dostupné z: <<http://tim09.blog.cz/0912/8-vizualni-kultura-a-nova-estetika-digitalnich-medii>>

⁷⁸ VOLEK, J., BINKOVÁ, P., Média a realita. Brno: Vydavatelství MU, 2003. s. 98

Iluzivní potenciál obrazů usiluje o divákovo vzrušení a snaží se maskovat nereálnost prezentovaných obrazů. Při manipulaci s obrazem se estetika podívané nechává inspirovat koncepty a strategiemi devatenáctého století, jako jsou atrakce, show, údiv, vzrušení, ohromení, fikce aj. Surface play se vztahuje zejména k povrchnosti postmoderní zábavy, stejně tak jako k situaci splývání rozhraní a k praktikám klouzání po povrchu. Tato estetika vypovídá o zásadním posunu v estetické praxi – popisuje proces, jenž vede v postmoderní společnosti k zploštění kvalit, ambicí a hodnot uměleckých děl a žánrů.

„Vizuální komunikační strategie byly definovány jako způsob zobrazení obsahu, tedy jako způsob nakládání s rovinou příběhu (narace), s úrovní dějové a časové linie a s rovinou formálních obsahových prvků. Zároveň bylo naznačeno, že vizuální komunikační strategie postupují jak rovinami tvorby sdělení, jeho distribuce a prezentace, tak k aktualizaci sdělení na úrovni divácké aktivity.“⁷⁹ Vizuální komunikační strategie spojené s prvními naprogramovanými novými médii jsou jasně identifikovatelné svojí vizuální nepřírozeností danou především rastrováním a nedokonalým pohybem objektů. Přesto první digitální díla publikum vizuálně zasahují stejně jako první filmová promítání konce století. V kultuře 20. století dominuje vizuální médium: fotografie, video, film a televize. Kvalita a množství obrazů produkovaných těmito médii nás nutí brát v potaz specifickou roli, již obrazová a vizuální zkušenost nabízí.

Neukončený příběh vede k „smrti narativity“. A právě digitální formy mají sklon k míšení textu a paratextu. Touto cestou vytvořený produkt lze nejen prodat, ale i znovu prodat (re-sell – např. filmové rejsky). Technologie a populární kultura nás tedy uvádějí do světa trvalého neukončena, do okamžiku, kdy se žádný příběh (story) neuzavírá a kdy vytvořené postavy nikdy nezemrou.⁸⁰ Tak se produkují nikdy nekončící série „čehokoliv“, jež je

⁷⁹ VOLEK, J., BINKOVÁ, P., Média a realita. Brno: Vydavatelství MU, 2003. s. 102

⁸⁰ VOLEK, J., BINKOVÁ, P. 2003. s. 105

vystavěno na příběhu a auře postavy. U nových médií se kategorie neukončeného příběhu projevuje ve volném prolínání žánrů, druhů a forem média. Charaktery postav jsou neomezeně přenositelné z příběhu do příběhu, z média do média. Zamýšleným a neukončeným příběhem je například charakter komiksového stripu, jenž se od svého vzniku vyvíjí jako seriálový příběh. Dále to mohou být soap opery nebo i počítačové hry. „*Technologie kompozice jsou spolu se simulačními technikami používány k vytvoření fiktivní reality, a tím k simulaci filmového jazyka, jenž je budován na diskontinuitě (například ‚bullet time‘ v Matrixu či ‚layer time‘ v Avalonu).*“⁸¹ Estetika podívané odkazující k historické fázi kultury, kdy schopnost reprezentace obrazu byla pozměněna ve schopnost vnořit diváka do obrazu.

4.2 Televize a manipulace s dětským divákem

Děti sledují poměrně širokou a různorodou škálu televizních pořadů. Některé jsou přímo určené dětem, jiné jsou zacílené na dospělé publikum. „*Mezi pořady základní skupiny patří v první řadě Večerníček. Je považován za přirozenou součást dětského světa, a to především proto, že rodiče dnešních dětí se na něj sami dívali, když byli malí.*“⁸² Večerníčky jsou loutkové, domácí kreslené nebo animované. Z nejznámějších můžeme zmínit *Maxipsa Fíka* a *Macha a Šebestovou*. „*Jsou zpomalené až vysoce zředěné, tematicky jsou dokonale odděleny od problémů reálného světa a obvykle i od reálií současnosti. Prázdnota je vyplňována rozvleklými písničkami nebo tanečky.*“⁸³ Neměli bychom zapomenout zmínit také Studio kamarád z 80. let, v kterém vystupovaly loutky Jů a Hele.

Dalšími pořady pro děti jsou *Kouzelná školka* a *Kostičky*. Rodiče je přijímají velmi pozitivně. Do rozšiřující skupiny pořadů patří *Méd'a Béd'a*, *Tom a Jerry* a také „*raníček*“ animovaná pohádka na ČT 1, dále pohádky na

⁸¹ VOLEK, J., BINKOVÁ, P., Média a realita. Brno: Vydavatelství MU, 2003. s. 107

⁸² ŠEĐOVÁ, K., Děti a rodiče před televizí. Brno: Paido, 2007. s. 54

⁸³ BLAŽEK, B., Tváří v tvář obrazovce. Praha: Sociologické nakladatelství, 1995. s. 136

satelitních televizích. Typickými zástupci přechodné skupiny jsou pěvecké a taneční soutěže a dokumenty o přírodě. Ale také rodinné seriály a filmy. Většinou se na ně chtějí dívat rodiče, vědí, že nejsou určeny pro školáky, ale připadají jim neškodné, a proto děti od obrazovky neodhánějí. Zatím u nás nevznikají akční kreslené seriály, které mají prudký spád, užívají zkratkovitého střihu blízkého komiksům, a i když většinou mísí současnost s pohádkovými motivy, promítají se do nich četné problémy světa dospělých.

Kontroverzní pořady pro děti rodiče považují za nevhodné a potenciálně poškozující. Do této skupiny patří animované pohádky, například už výše zmíněný *Tom a Jerry* a nové akčnější seriály *Pokémon*, *Digimon* nebo třeba *Robocop*. Tyto akční seriály tvoří víkendovou dopolední nabídku na TV Nova, takže jsou dětem dobře dostupné. Alarmující pro rodiče je primitivnost scénáře, neúměrně rychlé tempo a celkově zneklidňující působení.⁸⁴ Překvapivě do této kategorie můžeme zahrnout také *Teletubbies* – seriál z produkce britské BBC. „*Teletubbies* vypadají jako mimozemšťané, ale tvarem těla a způsobem pohybu připomínají batolata. Každý díl obsahuje edukativní hranou pasáž. Jejich poselství jsou bez výjimky prosociální.“⁸⁵ Pořady, které děti sledují, je třeba doplnit o zapovězené pořady. Jsou to ty, které rodiče v žádném případě nepřipouštějí. V některých rodinách patří do této skupiny také zprávy. Na jaké pořady by se děti měly dívat, se kromě rodičů snaží nalézt odpověď také odborníci.

⁸⁴ BLAŽEK, 1995. s. 136

⁸⁵ ŠEDOVIČ, K., Děti a rodiče před televizí. Brno: Paido, 2007. s. 58

4.3 Násilí a sex v audiovizuálních médiích

Televize přinesla něco nového do domácností – lidé kvůli ní zhasli nebo ztlumili světla a obrátili tváře k obrazovce. Vlivem televize lidé tráví méně času spánkem, společenským setkáváním mimo domov, poslechem rádia, čtením knih, konverzací, náboženskými aktivitami a prací v domácnosti. Sex a násilí plní všechny televizní stanice v hlavním vysílacím čase a velké mediální koncerty v honbě za stále vyšší diváckou sledovaností bez skrupulí dodávají širokým masám primitivní a lacinou zábavu. Jako všechny předměty nebo instituty, které lidstvo vynalezlo, mají i média svá rizika a přínosy. Odborníci z řad psychologů a pedagogů se z větší části shodli na tom, že v médiích zobrazované násilí může určitým způsobem ovlivnit jedince a jeho agresivitu.⁸⁶ Účinky můžeme dělit na krátkodobé nebo dlouhodobé, přímé či nepřímé a plánované vs. neplánované, dále také podle toho, zda mají vliv na jedince nebo na celou společnost. „*Soustředěný zájem o problematiku násilí zachycovaného v médiích vedl k tomu, že se dnes jedná o velmi důkladně zpracovaný a utříděný typ mediovaného obsahu. Rozlišuje se především násilí implicitní (tedy pouze na naznačené, které si může uživatel domyslet či představit) od explicitního (předvedeného nebo podrobně popsání) a dále násilí faktické (předváděné například ve zpravodajství) od fiktivního (předváděného ve smyšlených příbězích).*“⁸⁷ Tento vliv je tím větší a škodlivější, čím mladší je divák. Nejvíce ohroženou skupinou jsou děti. Jedním z nejdůležitějších dokumentů je Úmluva o právech dítěte, která navazuje na Deklaraci práv dítěte. Zákonodárci přistoupili k potřebě normativně upravit tento nežádoucí jev. „*Vliv mediálního násilí na dětského diváka je značný. Je to z toho důvodu, že působení jakékoliv informace je tím silnější, čím méně je předchozích znalostí a zkušeností a čím méně jsou ustálené hodnotové a morální postoje, aby mohl jedinec kriticky zhodnotit dané sdělení.*“⁸⁸ Mnozí se pohoršují nad tím, kolik násilí se odehrává v hraných nebo kreslených filmech, málokdo se

⁸⁶ JIRÁK, KOPPLOVÁ, 2003, s. 125

⁸⁷ JIRÁK, J., KOPPLOVÁ, B., Média a společnost. Praha: Portál s.r.o., 2003, s. 126

⁸⁸ MUSIL, J., Elektronická média v informační společnosti. Praha: Votobia, 2003, s. 100

však pozastaví nad tím, kolik krutosti vidí děti denně v televizních zprávách. Zpravodajství určuje, jakými otázkami se bude zabývat, a tím udává směry a témata veřejné debaty. Ovšem zprávy nejsou jediným pořadem, který oplývá násilím, jsou to i seriály. *Zoufalé manželky*, *Sběratelé kostí*, *Myšlenky zločince*, *Beze stopy*, to všechno jsou pořady, kde se vyskytují vraždy či jinak násilné činy. Sledování násilných pořadů může vést k projevení agrese pozorovatele a může vést ke skutečnému násilí. Samotné sledování televize nesouvisí ani s agresivitou ani s asociálním chováním. Její vliv není určitý, protože agresivita v opravdovém životě je silně ovlivněna situačními faktory.

Vliv televize v procesu socializace jedince závisí na interpersonálních vztazích a jiných faktorech. Čím má kdo víc sociální a kulturní imunity v podobě rodinného a přátelského zázemí, tím má větší šanci, že vlivu televize nepodlehne, ale že jí bude díky zdrojům poznání a zábavy užívat ke svému duchovnímu vzestupu a kultivaci. Problematikou účinků médií se zabývala již nemalá řada odborníků. „*Nárůstu obav z možnosti stát se obětí násilí se věnoval George Gerbner. Empirickým výzkumem došel k závěru, že lidé trávící více volného času sledováním televize, přeceňují míru kriminality oproti lidem, kteří věnují televizi mnohem méně svého času.*“⁸⁹ Škodlivé násilí je především to, které je bezdůvodné a bez potrestání viníka. Bohužel se ale musíme potýkat s každodenním „*bombardováním*“ vraždami, požáry, znásilněními apod. Filmy s násilnou tematikou jsou jednoduše levnější už jen pro jejich univerzálnost a pochopitelnost kdekoliv na světě oproti například humoru, který je specifický pro každou kulturu.⁹⁰ Pořady s násilnou tematikou nás diváky přitahují jako magnet. Příčinou je také nedostatek vůle široké veřejnosti cokoli změnit. Na jedné straně podepisujeme petice proti násilí v televizi a na druhé straně vyhledáváme naservírované kriminálky, thrilery, erotické filmy a horory. „*V neposlední řadě nelze nezmínit teorii neexistence souvislosti mezi sledováním násilí v televizi a vlastní agresivitou jedince. Zastánci této teorie jsou Howitt,*

⁸⁹ VLASTNÍK, J., *Televizní násilí a zákon*. Olomouc: Votobia, 2005. s. 59

⁹⁰ VLASTNÍK, 2005. s. 63

Cumberbatch a Freedman.“⁹¹ Omezování hranice přístupnosti je v současné době jediným způsobem, jakým jsou v České republice „cenzurovány“ filmy. Spíše než o cenzuru, která by zasahovala do obsahu díla, vystřihávala určité scény, vypouštěla z dialogů závadné výroky, jde tedy o regulaci dostupnosti určitého audiovizuálního produktu.

Za „škodlivé“ audiovizuálními jevy je považována zejména obscénnost, sex, vulgarita a násilí. Již od dvacátých let 20. století bylo zcela běžnou a mnohými dokonce oblíbenou a vyhledávanou zábavou dětí vnikat do kina na nepřístupné filmy. *„Tehdy přitom působil jako hlavní cenzorský arbitr stát – a státní legislativa. Ta dnes převádí zodpovědnost za regulaci přístupnosti filmů na výrobce, respektive distributora audiovizuálního díla, jimž v paragrafu 4 zákona 273/1993 Sb. nařizuje stanovit hranici přístupnosti a vyznačit ji na obalu nosiče, na kterém je dílo zaznamenáno. K tomu, podle jakých kritérií by měli výrobci a distributoři přístupnost určovat, však zákon mnoho konkrétního neříká.“*⁹² Důležitý je také výchovný dozor rodičů, kteří podle morálních měřítek určují a důsledně kontrolují, co jejich potomstvo sleduje v televizi, v kině a patrně i na internetu. Nařízení se ale obcházejí nejvynalézavějšími způsoby, rodiče i provozovatelé kin se dají snadno obelstít, pokud se vůbec zajímají o to, co dítě míní sledovat, případně kolik mu je let. Na tato bílá místa české legislativy a systému klasifikace filmů se snažila společnost Aerofilms upozornit tím, že na film *Faunův labyrint* pozvala experimentálně skupinu dětí ve věku 12 až 15 let, tedy mladších než kdekoli na světě stanovená hranice. Dětským divákům pak po zhlédnutí filmu předložila dotazníky, v nichž měly děti svůj divácký zážitek z *Faunova labyrintu* zhodnotit.⁹³ Dotazníková akce Aera ovšem v důsledku spíše vzbudila ohlas médií, než že by odpověděla na problematiku otázky určování přístupnosti. Ani Aerofilms, stejně jako žádná jiná distribuční společnost, nevychází ze striktních, a priori daných pravidel a

⁹¹ HILL, G., *Moderní psychologie: hlavní oblasti současného studia lidské psychiky*. Praha: Portál, 2004. s. 89

⁹² Škodí film?, dostupné z: <<http://cinepur.cz/article.php?article=1339>>

⁹³ *Faunův labyrint*, dostupné z: <<http://www.aerofilms.cz/filmy/106-Faunuv-labyrint/>>

závazků, v jejím případě se konečný názor na míru sexu, brutality a vulgárnosti formuje na základě debaty kolektivu zhruba šesti až sedmi lidí. „*Radim Habartík jako jeden z nich připouští, že se do jejich rozhodování jistě promítají individuální názory a zkušenosti, i to že v diskusi zohledňují také zahraniční nastavení, nicméně tvrdí, že v jednotlivých případech zobrazování sexu a násilí zvažují zejména to, zda jsou dané scény funkční ve vztahu k příběhu či žánru.*“⁹⁴

I na představení s obecně přístupným filmem se můžeme setkat se „škodlivým“ produktem. Audiovizuální díla promítaná v běžných kinech jsou totiž kromě samotných filmů také trailery – upoutávky na nadcházející filmové premiéry, v nichž mohou být zahrnuty scény i slovní komentáře neméně „nevhodné“ než filmy, na které mají diváky nalákat.⁹⁵ Vzhledem k tomu, že otázku regulace trailerů konkrétně nereflkuje žádná zákonná úprava a že programování cyklů filmových upoutávek před jednotlivými projekcemi přísluší výhradně provozovateli kina, je docela možné, že děti před nevinnou pohádkou uvidí reklamu na krvelačný horor.

Otázka posuzování přístupnosti obsahu audiovizuálních děl a jejich možného dopadu na vývoj dětí a mladistvých je v současnosti v České republice řešena nedostatečně, o čemž svědčí narůstající počet stížností především z řad rodičů, pedagogů a dalších. „*Ve většině zemí jsou rozlišovány pořady: vhodné pro děti 0–12 let, nevhodné do 7–10 let, nevhodné do 12 let, nevhodné do 16 let, nevhodné do 18 let, pořady X – pornografie. Zároveň jsou stanovena omezení pro zařazování jednotlivých pořadů do vysílání a pravidla pro jejich označování.*“⁹⁶ V začarovaném kruhu české regulace audiovizuálních děl se soudci jen zřídkavě a neochotně zjevují na nepříliš časté

⁹⁴ Škodí film?, dostupné z: <<http://cinepur.cz/article.php?article=1339>>

⁹⁵ Trailery, dostupné z: <http://www.osa.cz/media/88062/sazebnik_osa2011_f.pdf>

⁹⁶ Koncepce jednotného klasifikačního systému pro audiovizuální produkty, dostupné z: <www.proculture.cz/cultureinfo/kulturni...v-cr/downloadfile.php?>

a nepříliš hlasité volání žalobců a pozadí dílčích kauz přitom zůstává očím veřejnosti až na některé výjimky skryto.

Poměrně novým fenoménem bojujícím s vkusem a nevkusem je reality show. Nevhodné jsou hlavně tzv. kontejnerové reality show (*Vyvolení a Big Brother*) a zejména jejich noční části. Neobjevuje se tam sice násilí nebo velmi zřídka, ale záběrů se sexuálním podtextem je tam velmi mnoho. Není neobvyklé, že se v nočních částech reality show objevil už i „sex v přímém přenosu“. První sex mezi soutěžícími se odehrál už po dvou týdnech pobytu ve vile v reality show *Hotel Paradise*. *Hotel Paradise* je reality show, kterou vysílá FTV Prima. Soutěžící bydlí v jedné z nejexotičtějších destinací světa. V luxusním hotelu Casa Alegre v Dominikánské republice. Čtyřicet hodin denně jsou sledováni televizními kamerami. Musí být nezadaní, protože vytváří páry a žijí na pokojích ve dvojicích. Jeden z nich však vždy zůstane „na ocet“. Ten je každý týden vyřazen a nahrazen novým hráčem, který zamíchá kartami nanovo. Děním tato reality show připomíná seriál, páry vznikají a zanikají, účastníci ale věřit nemohou nikomu a spolehnout se musí jen na sebe, v sázce je výhra ve výši 50 tisíc eur. Celou show moderuje kontroverzní Martina Gavriely.⁹⁷

Fenomén, který se dočkal šesti sezon, posbíral desítky nejrůznějších ocenění, mezi nimi i šest prestižních Emmy a osm Zlatých glóbulů je *Sex ve městě*. Americký televizní seriál natočený v produkci americké televizní stanice HBO. Hlavní hrdinkou je chytrá, inteligentní, zvědavá, veselá, žádoucí a úspěšná novinářka Carrie Bradshaw.⁹⁸ Ona a její tři nejlepší kamarádky prožívají životy úspěšných třicátnic. Společně podrobně zkoumají své sexuální a partnerské zážitky. Velmi úspěšný seriál, odehrávající se v New Yorku, je plný inteligentního humoru, otázek partnerských vztahů, nevěry, sexu, přátelství a v neposlední řadě módních kreací. Motto seriálu a zároveň reklamní slogan, kterým je uvozena každá epizoda, zní: „*Carrie Bradshawová*

⁹⁷ *Hotel Paradise*, dostupné z: <<http://www.prima-love.cz/paradise>>

⁹⁸ *Sex ve městě*, dostupné z: <<http://www.serialzone.cz/serial/sex-ve-meste/>>

ví hodně o sexu a nebojí se zeptat.“ V tomto seriálu je mnoho erotických scén, a musí být tedy vysílán po 22 hodině. Podle stejnojmenného seriálu byly natočeny také dva celovečerní filmy.

5. TELEVIZE A ZÁBAVNÍ PRŮMYSL

„Vynález přenosu obrazu na dálku je dílem několika objevů a náhod, které třeba ani neměly s pozdější televizí nic společného. Lidé snili o televizi jako o létání. Příkladem toho mohou být nejrůznější pohádkové křišťálové koule a kouzelná zrcadla. První počátky postupných kroků lidstva k objevu televize byly zaznamenány již v polovině 19. století, v době vynálezu elektřiny.“⁹⁹ Paul Nipkow sestrojil přístroj a nazval jej elektronický teleskop a na světě byl první fungující vynález televize. V předválečné etapě dosáhla televize masového uplatnění v Německu, Francii, Velké Británii, SSSR, USA. Nejdříve byla mechanická televize a později elektronická. Základem elektronické televize se stal vynález spínací elektronky – ikonoskopu. Ten vycházel z Braunovy katodové trubice. Vladimír Kosmas Zworykin se také zasloužil o vznik použitelné elektronické televize, kterou předvedli v roce 1925 Angličan J. L. Baier a Američan C. F. Jenkins. Rozlišujeme tři druhy instituce televize státní, veřejnoprávní a komerční.

„Skutečný rozvoj televize u nás byl možný až po roce 1945. Hrstka nadšenců se tehdy sešla v laboratořích někdejší německé firmy ve Smržovce u Tanvaldu a již v roce 1947 byl dokončen první kamerový řetězec. Po úspěchu televize na Mezinárodní výstavě MEVRO v roce 1948 již nic nebránilo pravidelnému vysílání.“¹⁰⁰

Přechod z normálních televizí na „placaté“ televize je velice převratný. Fajnšmekři si pořídili televize plazmové a je jen otázkou, kam se technologie ještě posune. Tato přeměna ale proběhla spontánně a „bez zásahu zvenčí“. Méně dobrovolná byla ta další – přechod na digitální vysílání s vysokým rozlišením, které je zcela upřímně klasickému koncovému spotřebiteli jedno, ale milovníci kvalitního obrazu pro něj budou bojovat do roztrhání těla. Tyto

⁹⁹ VERNER, P., Zpravodajství a publicistika. Praha: UNIVERSITA JANA AMOSE KOMESKÉHO PRAHA, 2007 s. 95

¹⁰⁰ ŠTROBLOVÁ, S., Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa. Praha: UNIVERSITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA, 2009. s. 86

dva kroky společně vedly doslova k obrození televize a přivedly ji společně ke 3D obrazu. *Avatar* znamenal konečný zlom v třírozměrných filmech a ještě alespoň chvíli potrvá, než se mu kvalitou přiblíží další snímky. Všechny mouchy třírozměrných filmů jsou vidět třeba na *Alence v říši divů* Tima Burtona s Johny Deppem. Burton se spolehl na 3D technologie a podřídil jim všechno.

Jako režisér tíhnoucí k silnému vizuálu se mohl něčemu podobnému jen těžko ubránit. Bohužel spadl doslova a do písmene do 3D pasti, ve které se utopil celý příběh. Technologie je jen jeden krok ze dvou. Máme ji, ale nemáme dostatek kvalitních filmů, na které by se tak dalo dívat s neskrývaným úžasem. „*Pořady z přírody se osvědčují už léta v kinech IMAX a kvalitních filmů s touto tematikou je k dispozici poměrně slušná řádka. Pozorovat zvířata jako živá je pro lidi lákavé. Zejména muži pak ocení třírozměrné přenosy ze sportovních klání, které představují největší boom poslední doby, na který se hodně sází.*“¹⁰¹

5.1 Seriály

Nejobvyklejšími druhy seriálů jsou rozhlasové a televizní seriály. Počet dílů bývá různý. Některé seriály jich mají skutečně jen několik, jiné stovky. U seriálů je také běžné, že jsou časem přidávány navazující díly. Jsou populární po celém světě. Mají původ v rozhlase, odkud se posléze přesunuly do televizního vysílání. Mezi typicky seriálové žánry patří telenovela (televizní román) a sitcom (situační komedie). Nemají žádné vysoké umělecké cíle, jsou vytvářené a vysílány především pro zábavu. Je pro ně typický jednoduchý děj s důrazem na city a emoce (telenovela) či komické situace (sitcom), vyšší počet dílů a častá vysílací frekvence. Nekonečné série, které čítají stovky i o mnoho více dílů, to jsou například soap opery a sitcomy. Série s uzavřeným koncem

¹⁰¹ ŠTROBLOVÁ, 2009. s. 112

nazýváme cykly, které mají vždy společného hlavního hrdinu, žánr a prostředí.¹⁰²

„*Pojem soap opera vznikl ve spojení s prvními sponzory těchto seriálů, jimiž byly již od dvacátých let 20. století v USA firmy prodávající mýdla (soap) a kosmetiku jako například Procter nad Gamble, Colgate, Palmolive nebo Lever Brother.*“¹⁰³ Původně byla soap opera určena pro rozhlasové dopolední vysílání. Hlavní cílovou skupinou jsou ženy, jelikož se ztotožňují s hlavními postavami. Porovnávají vlastní zkušenosti, zájmy a hodnoty. Doplňují si emocionální vyžití i v oblastech, kde strádají. „*Ženy v domácnosti mohly obětovat patnáct minut svého času, tak přibližně byly jednotlivé díly dlouhé, a vyposlechly si další pokračování strastiplných osudů, doprovázených reklamou.*“¹⁰⁴ Původně měla soap opera pouze 15 minut, poté půl hodiny a dnes se ustálila většinou na tři čtvrtě hodinové epizodě. Soap opery se dnes stávají pořadem pro celou rodinu.

Telenovela je typ televizního seriálu populární zejména v latinskoamerických státech. Telenovela má mnoho žánrů, může být dramatická, komediální, historická apod. Hlavní náplní je láska, romantika i intriky spojené s mileneckými i rodinnými partnerskými vztahy. Telenovely jsou zaměřeny téměř výhradně na ženy. „*Každá latinskoamerická země má vlastní televizní společnosti, které telenovely natáčejí, Argentina (Telefe, Polka), Brazílie (Globo), Kolumbie (Caracol, RCN, Telemundo), Mexiko (Televisa, TV Azteca), Peru (Iguana producciones, America) a Venezuela (Venevision, RCTV).*“¹⁰⁵ U nás se velmi úspěšnými pořady staly telenovely *Esmeralda*, *Rosalinda* a *Manuella*. Podle zaměření na cílovou skupinu se objevují i seriály pro děti. Z naší produkce jsou známy pořady jako *Arabela*, *Létající Čestmír*, nebo *Pan Tau*. První pořad na pokračování se vysílal v

¹⁰² ŠTROBLOVÁ, 2009. s. 116

¹⁰³ Soap opera, dostupné z: <<http://www.mediaguru.cz/medialni-slovník/soap-opera-2/>>

¹⁰⁴ ŠTROBLOVÁ, S., Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa. Praha: UNIVERSITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA, 2009. s. 112

¹⁰⁵ Telenovely, dostupné z: <<http://www.telenovely.net>>

americkém rozhlasu od roku 1937 a pokračoval později do televize. Nesl název *Guiding Light – U nás ve Springfieldu*. Typickými představiteli jsou např. *Dallas*, *Dynastie*, *Velmi křehké vztahy*, *Ordinace v růžové zahradě*, *Ošklivka Katka* a *Ulice*.

Sitcom má uzavřenou dějovou linii. Jednotlivé díly na sebe nenavazují, aby divák zůstal v obraze, není nutné tedy sledovat každý díl. Formát situační komedie vznikl v rádiu ve dvacátých letech 20. století, dnes je typický hlavně v televizi. Charakter postav, jejich zvyky a způsoby chování se v sitcomu nevyvíjejí, zůstávají po celou dobu stejné, na rozdíl např. od dramatu, ve kterých postavy procházejí nějakou proměnou. Typické jsou humorné dialogy, které odráží aktuální témata. *Simpsonovi* je americký animovaný seriál v produkci Jamese L. Brookse pro televizi FOX vytvořený režisérem Mattem Brownem. *Simpsonovi* jsou nejdéle vysílaným animovaným seriálem v historii americké televize. Tento seriál má aktuálně 23 sérií a 19. února 2012 byla odvysílána jubilejní 500. epizoda. Nesmíme opomenout také seriál *M.A.S.H.*, hlavním znakem byl velmi chytlavý a inteligentní humor. Ke zpopularizování *M.A.S.H.* přispěl svojí novelou z roku 1968 spisovatel Richard Hooker, o dva roky později stejnojmenný americký film a později i stejnojmenný televizní sitcom. *Přátelé* byl seriál o skupině přátel žijících v Greenwich Village v New Yorku. Seriál byl vytvořen Davidem Cranem a Martou Kauffmanovou. Vedle stěžejních šesti postav s přesně vykreslenými charaktery se v tomto seriálu objevovaly v jednotlivých dílech další známé filmové hvězdy, jako Brad Pitt nebo Bruce Willis. Diváci mohli sledovat určitý vývoj postav.¹⁰⁶ „Byl vysílán ve více než sto zemích a stále se umísťuje na velmi dobrých místech na žebříčcích sledovanosti. První epizoda byla odvysílána na televizi NBC 22. září 1994, poslední 6. května 2004.“¹⁰⁷

Pro českého diváka je nepřirozený i umělý doprovodný smích a potlesk, které mají navodit přítomnost bavícího se publika. Domácí tvorba zatím nebyla

¹⁰⁶ ŠTROBLOVÁ, 2009. s. 116

¹⁰⁷ Přátelé, dostupné z: <<http://pratele.kinotip.cz/>>

moc úspěšná. Český poměrně oblíbený sitcom vysílaný TV Nova je v současné době *Comeback*. Můžeme si ale také vzpomenout na sitcomy jako *Hospoda*, či *Nováci*. Kriminální seriál může být s dějově uzavřenou linií. Figuruje jeden kriminální případ. Druhá varianta cyklu přináší sérii dílů a v každém se vyřeší nový případ. Příkladem může být *Colombo* nebo *To je vražda, napsala*. Nové moderní, akční typy seriálů jsou *Kobra 11* nebo *Komisař Rex*. Velmi oblíbené seriály v dnešní době jsou také ty, v nichž mohou diváci vidět do profesionálních metod doktorů nebo třeba vyšetřovatelů, *Kriminálka Miami*, či *Kriminálka New York* a *Doktor House*.

5.2 Reality show

„Hry 21. století – reality show, přivádějí do obydlí diváků ne herce, ne fikci, ale skutečné lidi se skutečnými reakcemi.“¹⁰⁸ Reality show postupně dobývají svět a v roce 2004 pronikly i do České republiky. V přímých přenosech jsou sledováni lidé v mezních situacích a diváci chování sledují a hodnotí. Rozhodují o vyřazení z dalších přenosů.¹⁰⁹ Často se hovoří o „bulvarizaci“ novin soupeřících o čtenáře. Tentýž proces v televizi vedl ke vzniku mnoha nových programů typu „reality show“, jež se v nejrůznějších formátech zabývají všemi typy „lidských zájmů“ a dramatických námětů. *Kinoautomat*, vynález multimedialního mága a vizionáře Radúze Činčery, je historicky první interaktivní film světa, kde si diváci sami hlasováním sami rozhodují, jak bude pokračovat příběh. Nedávno oslavil neuvěřitelných 40 let od svého vzniku a bombastického úspěchu na Světové výstavě EXPO '67 v Montrealu. Prestižní americký týdeník *The New Yorker* po uvedení v Montrealu napsal: „*Kinoautomat patří mezi zaručené hity Světové výstavy a Radúzi Činčerovi, který na ten nápad přišel, by měli Češi postavit pomník.*“¹¹⁰

¹⁰⁸ ŠTROBLOVÁ, S., *Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa*. Praha: UNIVERSITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA, 2009. s. 103

¹⁰⁹ VERNER, 2007. s. 101

¹¹⁰ *Kinoautomat*, dostupné z: <<http://www.filmarena.cz/dvd-kinoautomat>>

První českou reality show ve filmové podobě byl dokument *Český sen* studentů FAMU Víta Klusáka a Filipa Remundy z roku 2004.

Allen Funt byl technický vynálezce a amatérský herec ze severu USA. Oslovil za pomoci skryté kamery lidi ve zvláštních až trapných situacích. Tak vznikl pořad s názvem *Candid Camera*, neboli *Skrytá kamera*. Za první reality show je považován seriál stanice Public Broadcasting Service s názvem *An American Family* – Americká rodina. Měl pouze dvanáct dílů a vysílal se v USA. Ačkoli jsou reality show velmi oblíbené a mají vysokou sledovanost, značná část populace je vnímá negativně. Jedním z důvodů je například špatný vliv na děti z rodin, které se přímo zúčastnily reality show *Výměna manželek*. Mnoho lidí tuto reality show odsoudilo.

Další vlnu kritiky sklidily také reality show *VyVolení* a *Big Brother*, které řadíme do kontejnerové show. Mladí lidé byli izolováni ve vile po dobu několika měsíců a vystavováni stresovým situacím. Jejich chování bylo často velmi nevhodné a za hranicí vkusu. Tyto reality show sledovali hlavně mladí lidé a nemůžeme ani zdaleka mluvit o výchovné hodnotě tohoto projektu. Tyto typy reality show mohou naopak pokřivit názory mladé generace. *VyVolení* byla nejuspěšnější reality show televize Prima. Soutěž pod licenci maďarské společnosti IKO byla poprvé uvedena v Maďarsku pod názvem *Való Világ* (Skutečný svět).¹¹¹ „První řadu sledovalo v průměru 1,5 milionu diváků, druhou pouhých 826 000 diváků, třetí 650 000 diváků. *Big Brother* vytvořil John de Mol z Nizozemska a průměrná sledovanost byla 1,15 milionů diváků.“¹¹² Skupina lidí byla uzavřena ve vile, kde byly nepřetržitě rozmístěny kamery, které snímaly každý pohyb účastníků. „Hráči“ měli za úkol plnit různé zkoušky a televize vybírala ty nejzajímavější sestřihy, které poté vysílala divákům. V nočních hodinách se mohli vysílat i choulostivější scény. „*Dalším typem je castingová show – Superstar a X Factor nebo vztahová show – Vem si*

¹¹¹ *VyVolení*, dostupné z: <<http://vyvoleni-2005.wz.cz/>>

¹¹² ŠTROBLOVÁ, S., *Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa*. Praha:

UNIVERSITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA, 2009. s. 106

mě a Milionový pár. Neměli bychom také opomenout makeover show – Vypadáš skvěle nebo Bydlení je hra. Emoční show – Pošta pro tebe a hvězdnou show – StarDance.“¹¹³

Tzv. dobrodružnou reality show Survivor uvedla TV Prima pod názvem Trosečník v roce 2008. „Byl zakoupený od americké společnosti Castaway Television Productions LTD a na realizaci spolupracovala TV Prima se společností STRIX.“¹¹⁴ Celkem 16 odvážných svádělo na opuštěném ostrově boj se sebou, svými protihráči a s přírodou. Šestnáct trosečníků bylo vybráno z užšího výběru padesáti uchazečů, kteří vzešli z celkového počtu 6800 zájemců. Reality show Trosečník se natáčela 50 km od Panamy v souostroví v Tichém oceánu. Moderátorem byl Marek Vašut. Všichni trosečníci byli povinně očkovaní proti tyfu, žloutence a tetanu. Rovněž se podrobili psychotestům a pohovorům s psychologem. Jiným typem reality show bylo Farmář hledá ženu. Tato úspěšná televizní reality show vyvinutá společností FremantleMedia přišla poprvé na obrazovky českých televizí 14. července 2011. Pomohla několika osamělým farmářům najít partnerky, které se nakonec mohly stát i jejich manželkami. Diváci měli jedinečnou příležitost sledovat navazování vztahů v reálném prostředí, uprostřed přírody a tvrdé práce.

„Reality show, která příliš nezaujala televizní diváky a byla stažena z hlavního vysílacího času, byla Šéfka v hlavní roli s Norou Mojsejovou. Přestože ji v Americe sledovalo více než 20 000 000 diváků, a to pod vedením Donalda Trumpa, v našich ‚končinách‘ se příliš neujala a sklidila spíše posměch.“¹¹⁵ Nejoblíbenější reality show je v dnešní době v České republice pořad Prostřeno, který vysílá TV Prima. Po několika pořadech z kulinářského odvětví se konečně ukázal jeden, který je téměř ze života a jehož hlavními

¹¹³ ŠTROBLOVÁ, S., Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa. Praha: UNIVERSITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA, 2009. s. 104

¹¹⁴ ŠTROBLOVÁ, S., Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa. Praha: UNIVERSITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA, 2009. s. 104

¹¹⁵ Šéfka, dostupné z: <<http://www.sefka.cz/>>

herci jsou sami diváci. Celý děj a příběh je utvářen neznámými postavami a lidmi, kteří se přihlásili do pořadu s vidinou lahodné peněžní výhry v hodnotě 25.000 Kč. Základem je pět odlišných soutěžících, kteří se během pěti dnů snaží svým kolegům předvést svoje kuchařské umění. Večer co večer se sorta protagonistů přesouvá mezi jednotlivými konkurenty a nechává se okouzlit jejich jídelníčkem a také vkusně zařízeným domem či bytem. Výsledkem toho večera je poté bodové hodnocení dané osoby. Ten, kdo bude mít na konci týdne nejvíce bodů, se samozřejmě stává „hostitelem týdne“ a odnáší si i finanční výhru. Další reality show vysílanou v České republice je Výměna manželek spočívající ve výměně manželek ze dvou rodin. Jedna odejde do rodiny té druhé a naopak a tam žijí po dobu deseti dní. Záznam z této reality show pořizuje klasický natáčecí štáb.

„Za originálem reality show The Voice stojí mediální magnát a producent John de Mol. V Nizozemsku byl formát premiérově uveden v lednu 2011. Hlas Česko Slovenska je absolutní novinka. Tento rok na jaře bude uvedena česko-slovenská verze. Poprvé se pořad vysílal v Nizozemsku letos v lednu. A hned se novinka stala jedním z nejúspěšnějších televizních projektů v historii a přilákala k obrazovkám přes 3 miliony diváků.“¹¹⁶ O tři měsíce později uvedla první řadu The Voice s obrovským diváckým úspěchem také americká televizní stanice NBC. Několik variant názvu pořadu si nechala zaregistrovat před časem také televize Markýza a Nova. Kromě Česka a Slovenska čeká premiérovou řadu reality show The Voice v roce 2012 také Belgie, Francie, Velkou Británií a Austrálií. Velmi oblíbenými jsou také show ze života celebrit, které se ale v České republice zatím příliš neujaly. Z těch nejúspěšnějších můžeme uvést: The Anna Nicole Show, The Osbournes a Gene Simmons Family Jewels.

„Reality show je velmi obsažná definice, ale obecně se dá říci, že dnešního diváka televize baví každý pořad, kde se může podívat ‚pod pokličku‘

¹¹⁶ Hlas Česko Slovenska, dostupné z: <http://www.talentshow.cz/hlas-cesko-slovenska/hlas-cesko-slovenska-je-lokalni-verzi-show-the-voice.html>

těm druhým – je jedno, jestli ti druzí zpívají, tančí, vaří, starají se o farmu. Je to zkrátka o voyerismu a o autentické emoci, kterou může prožít každý z nás.“¹¹⁷ V oblasti reality show a masové zábavy pro lidi vede jednoznačně TV Prima. Už několikrát velmi zabodovala a postupně sesazuje doposud nejsledovanější televizi – TV Nova.

5.3 Talk show

Talk show je televizní program, nebo rozhlasový program, kde jedna osoba (nebo skupina lidí) diskutuje na různá témata. Má dnes mnoho podob a mutací. Vyvíjela se od samotných počátků televize a předchůdce televizní talk show můžeme najít již v rozhlase. Někdy mají talk show panel hostů, obvykle se skládá ze skupiny lidí, kteří mají bohaté zkušenosti vztahující se k diskutovanému tématu. „V 60. letech se v americkém rádiu WHIO vysílal pořad s názvem *Conversation Piece*. Tuto telefonickou talk show moderoval Phillip John Donahue, který ji pod názvem *The Phil Donahue Show* dostal do televize.“¹¹⁸ Donahue účelně volil témata, která byla tabu, jako ateismus, homosexualita, potraty nebo další kontroverzní témata. Úspěch show je založen na mistrném výběru témat a hostů.

Oprah Winfrey vytvořila dnes po celém světě známou Oprah Show, která se objevila na amerických obrazovkách v roce 1986. „Je duší celého pořadu, produkuje ho i moderuje. Diváci si ji oblíbili, protože mají pocit, že je jejich kamarádka, která je zve do soukromí svého televizního ‚domova‘ a umožní jim být součástí něčeho výjimečného. Cílem pořadu je podle slov Oprah Winfreyové využít televizi tak, aby změnila lidem životy, umožnila divákům vidět se v jiném světle a přinést štěstí a pocit naplnění do každé domácnosti.“¹¹⁹ Do show si zvala zástupce různých menšin a okrajových skupin, třeba i utlačovaných. Objevili se v ní gayové a lesbičky, zaměřovala se

¹¹⁷ Rozhovor s Petrem Vladykou – viz příloha, Lada Horká

¹¹⁸ John Donahue, dostupné z: <<http://museum.tv/eotvsection.php?entrycode=donahuephil>>

¹¹⁹ Oprah Show, dostupné z: <<http://www.prima-love.cz/porady/oprah-show>>

na vztahy a vytvořila odnož, pro kterou se hodí termín „vztahový rozhovor“. Dalšími hosty byli i známé osobnosti od politiků až po filmové hvězdy. Výběry hostů často odrážely aktuální události. Nyní ji vysílá FTV Prima na kanále Prima Love. Tonight Show Jaye Lena je forma komediálního pořadu žánru talk show. Dále můžeme zmínit také Talk show Larryho Kinga. „*Jeho charakteristické šle a nezaměnitelný hlas jsou známy na celém světě milionům diváků. V TV Guide ho označují za vůbec nejpozoruhodnějšího moderátora televizní talk show a v časopise Time za mistra mikrofonu.*“¹²⁰ V České republice se můžeme setkat také s talk show. Většina z nich je koupena podle licence ze zahraničí. Důležité je přizpůsobení se českému divákovi, a to stejně jako u reality show. „*Reality show Šéfka produkovala slovenská Jojka a Prima. Nebyla úspěšná, protože byla příliš slovenská pro českého diváka.*“¹²¹ Mezi Talk show se řadí také politické diskuse, jako například u nás polední pořady Duel či Nedělní partie (TV Prima) nebo Otázky Václava Moravce (ČT). Můžeme je dát do škatulky informačních talk show. Tyto diskusní pořady působí seriózněji, přesto však mají divácké zázemí, pro které jsou v podstatě zábavou. U diváků mají probíraná témata větší důležitost, protože se jich přímo týkají. Dalším druhem je tzv. celebrity show. Moderátor je známá osobnost a zve si do pořadu zajímavé hosty, většinou také celebrity. V jednom díle se vystřídají dva až tři hosté. Mezi nejúspěšnější patří Show Jana Krause, Banánové rybičky moderátorky Haliny Pawlovské, Na plovárně (Marek Eben) a dnes již nevysílané Mistr GS (Richard Genzer a Michal Suchánek), nesmíme zapomenout ani na Talk show Jana Saudka.¹²² Pořad Romana Šmuclera Tabu byl vysílaný v 90. letech na TV Nova. Každý díl byl o nějakém společenském tématu. Např. násilí, homosexualita aj. Do studia přišel po tmě host, který se následně usadil do speciální budky. Moderátor mu kladl otázky a host anonymně odpovídal. Na konci pořadu se mohl host rozhodnout, jestli se chce ukázat divákům. Byla to tematická talk show pracující s příběhy účinkujících a

¹²⁰ KING, L. Moje pozoruhodná cesta. Praha: PRAGMA, 2009. s. 11

¹²¹ Rozhovor s Petrem Vladykou – viz příloha, Lada Horká

¹²² ŠTROBLOVÁ, 2009. s. 121

šokujícími tématy. Erotická talk show Peříčko byla ojedinělá svého druhu. „*Hovory o sexu bez zábrán, erotické reportáže z domova i ze světa, ukázky profesionálních i amatérských erotických show. Nechyběly také provokativní rozhovory moderátorky se známými osobnostmi.*“¹²³

Novoty či *Manéž Bolka Polívky* řadíme do zábavných talk show. Specifický se stal i pořad ČT s názvem *Noc s Andělem*, který je hudební talk show. Hosty byli různí hudební interpreti či hudební skupiny, kterým mohli přes e-mail posílat dotazy i diváci. *Snídaně s Novou* je ranní show, obsahuje více formátů včetně zpravodajství. Nese také znaky informační talk show. „*Pravděpodobně nejlepší talkshow v ČR jsou dvě – Show Jana Krause na Prima family a Všechnopárty Karla Šípa na ČT1. Talkshow jakožto formát každopádně na domácím trhu ještě není tak silně etablovaná, jako je tomu například v USA. I proto si myslím, že boom tohoto formátu nás ještě čeká.*“¹²⁴ Talk show jsou všeobecně považována za jedny z nejhůře exportovaných pořadů. Zdá se však, že se s tím američtí distributoři dokáží vypořádat, protože většina v současné době vysílaných talk show po celé Evropě vychází z amerických vzorů.

5.4 Mega show – Česko Slovensko má talent

Britain's Got Talent se vysílal poprvé na jaře 2007 a ovládl celý svět. Do června 2007 byl odvysílán ve 27 zemích světa, nevynechal ani Austrálii, Asii, Jižní i Střední Ameriku, jih Afriky. „*Got Talent*“ byl v roce 2010 na festivalu Broadcast Awards 2010 vyhlášen jako nejlepší zábavný pořad roku. Tato show je ojedinělá v tom, že nabízí šanci každému bez ohledu na věk či typ talentu – ať už jde o tanec, zpěv, komediantství, recitaci, akrobacii. Velmi těžké to mají například taneční skupiny, kterých je v každém ročníku velmi mnoho. Mohou se zúčastnit děti, teenageři, dospělí i důchodci. Světová talentová show už několikrát ukázala, že i ti nejmenší mají velký talent! *Got*

¹²³ Peříčko dostupné z: <<http://onova.mediacapitol.com/pericko/info/>>

¹²⁴ Rozhovor s Petrem Vladykou – viz příloha, Lada Horká

Talent je dnes největším světovým pojmem v televizních zábavných show. V květnu 2009, když finále *Britain's Got Talent* sledovalo 18,3 milionu diváků, se jednou z nejnámějších žen novodobé televizní zábavy stala Susan Boyle. Nezaměstnanou 47 letou venkovanku sledovaly miliony diváků na její cestě za vítězstvím, od prvních chvil před kamerou plakaly u jejího zpěvu a milovaly ji pro to, jak byla prostá a přitom úžasná. Ohromila publikum i porotu fantastickou interpretací písně *I Dreamed a Dream* z muzikálu *Les Misérables*. Porotce Piers Morgan ji následně označil za největší překvapení všech tří sérií; druhý porotce, Simon Cowell, jí poté vyjednával nahrávací smlouvu se Sony BMG. Soutěžní vystoupení Boylové se na YouTube stalo videem s největším vzestupem sledovanosti (4,5 milionu zhlédnutí během 24 hodin) Nakonec ale skončila na druhém místě, byla poražena taneční skupinou Diversity. Světově známým díky vítězství v soutěži je také operní zpěvák Paul Potts.

Česko Slovensko má talent je soutěží, která hledala talenty v České a Slovenské republice. Jednalo se o společný projekt české televize Prima a slovenské televize JOJ. Původně měla tuto soutěž vysílat slovenská televize Markíza ve spolupráci s českou televizí Nova, neuplatnily však na tuto show akci. TV Nova a Markíza přišly tedy s Talentmanií, ale ta nedosáhla takového úspěchu. Uskutečnily se již dva ročníky soutěže *Česko Slovensko má talent*. Vítěz získal 100 000 eur a angažmá v Las Vegas. I proto se do česko-slovenské verze hlásila celá řada zahraničních talentů. První cesta vedla přes castingy a semifinálová kola se sms hlasováním, ve kterých měl každý soutěžící jen jednu šanci na to, aby předvedl svůj výkon. Jakmile porotci zmáčknu tři křížky je šance na úspěch zpečetěna. Velký třesk probíhá tak, že soutěžící rovnou postupují, část rovnou vypadne a poslední část se utká o účast v semifinále v tzv. „battle“. Nakonec se absolutním vítězem celé show stává ten nejlepší, který uspěje ve velkém finále.

Vítězi první řady se stali Dea Man (Gymnasté Zdeněk Moravec a Petr Horníček). Porotce Jaro Slávik je dokonce pasoval na nové „sexsymboly“ českého zábavního průmyslu. Dalšími, kdo zasedli v portě, byla Lucie Bílá a Jan Kraus. V druhé řadě Česko Slovensko má talent nahradil Jana Krause herec

a bavič Martin Dejdar. Vítězem se nečekaně nestal ani Čech ani obyvatel Slovenské republiky, ale „gumový muž“ z dalekého Kyrgyzstánu Atai Omurzakov, kterému přezdívali „kyborg“.¹²⁵

Ve druhé řadě soutěže *Česko Slovensko má talent* se ve finále sešlo celkově deset soutěžících, jako například polykač věcí Stevie Starr, taneční skupina Ladylicious, zpěvačka Diana Kalashová, zpěváci Tomáš Burnovský, Eva Burešová, rocková skupina Segment a zpěvačka Adéla Ferencová. Právě Stevie Starr byl velkým hitem druhého ročníku. Jeho uměním bylo polykání a vyvrhnutí kulečnickových koulí, živých rybiček nebo prstenů, na kterých v útrokách uzamykal zámek. Na třetím místě se umístilo operní pěvecké trio La Gioia, na druhém stříbrném místě uskupení Strýc a synovec Jo-Joo a konečně na prvním místě se umístil Atai Omurzakov se svým tanečním uměním. Oba ročníky moderovali Jakub Prachař a Martin Pycó Rausch. Jakub Prachař je herec, muzikant, recesista a rybář a jeden ze členů skupiny Nightwork. Martin Pycó Rausch patří mezi slovenskou moderátorskou špičku. Moderování se začal věnovat už v patnácti letech v soukromém rádiu. Původně jen připravoval hitparádové žebříčky, později se propracoval k mikrofonu. Jako moderátor má za sebou projekty jako Superstar, Let's Dance či Velká cena Eurovize. Volba této mega show byla dalším velmi dobrým krokem pro FTV Prima, která je v zábavním průmyslu číslo jedna na českém trhu. „Televize Joj a FTV Prima prohlásila, že příští rok bude opět vysílat další řadu *Česko Slovensko má Talent*. *Česko Slovenský X Factor*, který měla televize Prima a Joj v plánu, se tak nejspíš přesouvá na pozdější dobu.“¹²⁶

¹²⁵ Československo má talent, dostupné z: <<http://www.csmatalent.cz/>>

¹²⁶ Československý talent, dostupné z: <<http://www.ceskoslovenskytalent.cz/je-to-potvrzene-ceka-nas-cesko-slovensko-ma-talent-3/>>

5.5 Soutěžní pořady

„Nejrůznější typy soutěží jsou běžnou součástí mediovaných obsahů. V různé míře podporují aktivní účast příjemce na procesu mediální komunikace, jelikož mu dovolují se přímo zapojit do hry. Soutěže jsou ve své podstatě také příběhy a mají sklon ke stabilizované podobě. Televizní soutěž už je vyhraněná do podoby žánrového vzorce.“¹²⁷ Hlavními aktéry jsou soutěžící a průvodcem je moderátor. Právě on se stává člověkem přítomným v obývacím pokoji. Jeho osobnost vytváří atmosféru pořadu. Moderátor se stává vypravěčem hlavní dějové linie, která se před diváky v průběhu pořadu odvíjí. Má tu výhodu, že může mluvit přímo do kamery, tedy k divákům. Divák je osloven i pohledem, což je něco zcela jiného, než když prostě jen sleduje, jak se lidé baví ve studiu nebo odpovídají na otázky na ulici. Zatímco hosté se mají obracet pouze k moderátorovi, nebo si povídat mezi sebou. Součástí soutěžního pořadu je také publikum, které je buď reálné a přítomno, nebo ve studiu zastoupené přidanými potlesky. Hodnotou, kterou tyto pořady nabízejí, je například sdělení, že soutěžit a vítězit je správné. Získat odměnu za svůj výkon je naprosto v pořádku. Objevují se ale také kritikové těchto pořadů, kteří v nich vidí převládající ideologii, která vychází ze soupeření a rovnosti šancí.¹²⁸

První soutěžní televizní pořad byl odvysílán 31. května 1938 televizí BBC. Jednalo se o hlasovací soutěž *Spelling Bee*. V České republice se poprvé objevila soutěž *Hádej, hádej, hadači*. Byla postavena na základě otázka – odpověď. K nejúspěšnějším pořadům v historii Československé televize patřily: *Desetkrát odpověz*, *Deset stupňů ke zlaté* a *Šest ran do klobouku*.¹²⁹ Většina soutěží dvacátého století patřila mezi vědomostní. Jako příklad bychom mohli uvést: *Videostop*, *Bud' a nebo*, *Hry bez hranic*, *Kufr nebo AZ-kvíz*. Právě *AZ-kvíz* je jeden z mála soutěžních pořadů, který se udržel na

¹²⁷ BURTON, G., JIRÁK, J. Úvod do studia médií. Brno: BARRISTER & PRINCIPAL, 2003. s. 190

¹²⁸ BURTON, JIRÁK, 2003. s. 191

¹²⁹ ŠTROBLOVÁ, 2009. s. 122

televizních obrazovkách dodnes. Je to dynamická hra pro čtyři soutěžící, má dvě kola a finále, které určí vítěze. Ten si může v závěru vylosovat na „bankomatu“ výhru až do výše 15 000 korun, k tomu případně i prémii, a postupuje do dalšího dílu soutěže stejně jako druhý finalista. Ti nejméně úspěšní se proboují do pěti dílů a jako důkaz pětinasobné účasti v soutěži získávají cennou trofej – AZ-kvízové tričko. Pětinasobný vítěz finále získává kromě výhry ještě mimořádnou prémii 5000 Kč. Soutěžní otázky jsou z nejrůznějších oborů a oblastí zájmové činnosti. Divácká obliba kvízu pramení právě z oné „encyklopedičnosti“ soutěže.¹³⁰ AZ-kvíz je otevřen soutěžícím od 18 let a svým podtitulem „soutěž pro každého“ dává na vědomí, že je určen co nejširšímu okruhu diváků. Právě tyto soutěže zdůrazňují význam znalostí. Velmi úspěšnými soutěžemi bylo také *Riskuj a Chcete být milionářem?* (TV Nova). Byla to česká verze populární televizní kvízové soutěže *Who Wants to Be a Millionaire?* A vysílala ji TV Nova mezi lety 2000 a 2005. Soutěžící v průběhu soutěže odpovídali na 15 otázek se vzrůstající náročností. Vždy měli na výběr ze čtyř variant odpovědí. Charakteristickým rysem soutěže byla možnost dosažení velmi vysokých výher. Maximální výhra byla stanovena na 10 milionů Kč. Soutěžící měli k dispozici tři nápovědy, z nichž každá mohla být využita maximálně jedenkrát: „50:50“ - eliminace 2 špatných odpovědí z nabídky, „Přítel na telefonu“ - možnost telefonicky se spojit s jednou z osob, na které soutěžící uvedl kontakt před začátkem soutěže a „Pomoc publika“ - každé sedadlo v natáčecím studiu bylo vybaveno hlasovacím zařízením. Na pozici moderátora se vystřídali Vladimír Čech, Martin Preiss a Ondřej Hejma. Zvláště pak Vladimír Čech je v povědomí české veřejnosti dosud spojován právě s tímto pořadem. V lednu 2008 pořad vrátila na české obrazovky Prima TV pod názvem *Milionář*. Moderátorem se stal Roman Šmucler a nejvyšší výhra činila 2 miliony Kč. Soutěž byla poprvé uvedena na britské televizi ITV v září 1998. Tvůrcem formátu je společnost Celador a licenci v současné době

¹³⁰ AZ-kvíz, dostupné z: <<http://www.ceskatelevize.cz/porady/1097147804-az-kviz/1-o-poradu/>>

drží japonská produkční společnost Sony Pictures Television International.¹³¹ Velmi úspěšný byl také již výše zmíněný pořad *Riskuj*, který moderoval Jan Rosák. „Do ikonografie žánrů patří znázornění bodového ohodnocení, znázornění otázek či úkolů apod. Mezi dílčí zápletky patří například známá situace, kdy se má soutěžící rozhodnout, jestli si odnese výhru domů nebo se zúčastní dalšího pokračování, jestli si nechá vyplatit jistou sumu nebo připsat body.“¹³² Televizní soutěž, která se stále drží na obrazovkách a je stále velmi úspěšnou je *Nikdo není dokonalý*. Tento pořad se začal vysílat na TV Prima začátkem roku 1998. Celkem bylo natočeno více než 409 premiérových dílů, ve kterých vystoupilo celkem cca 493 našich předních herců, zpěváků, umělců, malířů, spisovatelů a mnoho dalších významných osobností. V průměru každou epizodu sledovalo 1,25 milionu diváků. V době vysílání, což byla tradičně neděle od 21.00 do 22.00 hodin, si pořad našlo kolem 40% všech diváků, kteří měli v tuto chvíli zapnutou televizi. Průměrná sledovanost pořadu *Nikdo není dokonalý* byla o celou třetinu vyšší než průměrná sledovanost všech zbylých pořadů TV Prima.¹³³ Neměli bychom také opomenout soutěžní pořad TV Prima – *Ber nebo neber*, který „válcoval“ konkurenci mnoho měsíců každou neděli večer. Moderátorem byl Pavel Zuna a krásným zpestřením byly modelky s kufříky, v kterých se ukrývaly nemalé částky. „John Fiske poukazuje na to, že televizní soutěže mají charakter rituálu (že jejich průběh představuje pro příjemce sdílenou zkušenost se sdíleným významem a se společnou možností ztotožnění). Ritualizovanou podobu má zahájení pořadu, jeho strukturace a zakončení.“¹³⁴ Jisté stereotypy vykazují i samotní soutěžící. Převažují ti, kteří představují zástupce většinové společnosti. Soutěže bývají v tomto smyslu etnicky velmi málo tolerantní. Taktéž oblečení a vystupování podléhá

¹³¹ Chcete být milionářem?, dostupné z: <<http://www.csfd.cz/film/250659-chcete-byt-milionarem/>>

¹³² BURTON, G., JIRÁK, J. Úvod do studia médií. Brno: BARRISTER & PRINCIPAL, 2003. s. 191

¹³³ Nikdo není dokonalý, dostupné z: <http://www.nikdonenidokonaly.com/o-poradu/>

¹³⁴ BURTON, G., JIRÁK, J. Úvod do studia médií. Brno: BARRISTER & PRINCIPAL, 2003. s. 192

standardům. Jednotliví soutěžící jsou upraveni v maskérně a je jim doporučen vhodný oděv, případně se jich dodatečně ujme stylistka.

ZÁVĚR

Iluzorní obraz jako základní premisa úspěšného vzoru hodného následování, která prostupuje všemi vrstvami zábavního průmyslu, je stále jasným sociologickým tahounem. Ať už se jedná o Hollywoodskou produkci či internetovou platformu bulvárního typu, média tento koncept opouštějí jen zřídka. V moderním pojetí médií se často stírá hranice mezi faktickou informací a uměleckou nadsázkou, která často slouží jako dokreslení zamýšleného efektu na konzumenta informace. V začátcích filmové éry byla informace podobně jako na samotném počátku zobrazování, na prehistorických nástěnných malbách, spíše popisnou informací minulého děje, ale s rozvojem médií a jejich technologie bude hodnověrnost zobrazení klesat nejen za hranici Hayesova kodexu, ale až na nejzazší mez určenou etikou a potřebami vlastníka daného média. S vývojem potřeb publika se posouvají i způsoby podávání informací a zábavní průmysl je bezesporu továrnou na konstrukci dalších potřeb diváka a nástrojem k formování úhlů pohledu na veškeré jevy a fakta, která určí trendy blízké budoucnosti.

Výchovně manipulativní vysílání provází v současnosti jedince od útlého věku. Fakt, že se elity snaží usměrnit vývoj smýšlení, ovlivnit ideologii masové kultury, je dlouhodobě patrný. Prolínání reality show a dalších zábavných relací nebo uměleckých žánrů se zpravodajstvím a symbolikou poplatnou všemožným dogmatům či politické agitaci je vskutku alarmující. Římský elitářský přístup k masám, čili chléb a hry, by mohl do jisté míry narušit volný internet. Ovšem spolehlivost, ověřitelnost a technická náročnost informace v mnoha případech přesahuje intelektuální možnosti běžného uživatele internetu. Z pohledu takového „běžného“ diváka je často spíše snazší zvolit odlehčený pořad s krásnými lidmi a povrchními obrázky bulvárního až pavlačového charakteru. Dnešní dostupnost informací vychovává zkrátka oba typy lidí, jak povrchní, tak i náročnější konzumenty. Vzdělanec s pochopením fungování průmyslu v oblasti zábavy bude velmi obezřetný. Ostatní masu diváků proud informací okouzlí natolik, že otupí. Nezbývá než doufat, že původní vzor úspěšného jedince získá postupně nový rozměr.

POUŽITÁ LITERATURA

Monografie:

BAJČAN, R. *Techniky Public relations aneb jak pracovat s médii*. Praha: Management Press, 2003. ISBN 80-7261-096-1

BOURDIEU, P. *O televizi*. Brno: 2002. ISBN 80-7239-122-4

BLAŽEK, B. 1995. *Tváří v tvář obrazovce*. Praha: Sociologické nakladatelství, 1995. ISBN 80-85850-11-7

FORMAN, Z. *Výrazové prostředky filmu a televize*. Praha: Akademie muzických umění v Praze, 1978. ISBN 1602 – 8027

GATES, B. *Informační dálnice*. Praha: MANAGEMENT PRESS, 1995. ISBN 80-85943-28-X

HALLIN, D., MANICINI, P. *Systémy médií v postmoderním světě*. Praha: Portál, 2008. ISBN 978-80-7367-377-2

HLAVENKA, J. *Internetový marketing*. Praha: Computer press, 2001. ISBN 80-7226-498-2

KING, L. *Moje pozoruhodná cesta*. Praha: PRAGMA, 2009. ISBN 978-80-7349-212-0

KUNCZIK, M. *Základy masové komunikace*. Praha: Tercie, 1995. ISBN 80-71-84-134-X

KUNŠTÁT, D. *České veřejné mínění: výzkum a teoretické souvislosti*. Praha: Sociologický ústav Akademie věd České republiky, 2006. ISBN 80-7330-081-8

SADOUL, G. *Dějiny světového filmu*. Praha: Polygrafia, 1955. 11-67-63

SADOUL, G. *Z druhé strany kamery*. Praha, 1962. ISBN 80-7239-122-4.

ŠEĎOVÁ, K. *Děti a rodiče před televizí*. Brno: Paido, 2007. ISBN 978-80-7315-149-2

VERNER, P. *Zpravodajství a publicistika*. Praha: UNIVERSITA JANA AMOSE KOMESKÉHO PRAHA. ISBN 978-80-86723-37-2

VLASTNÍK, J. *Televizní násilí a zákon*. Olomouc: Votobia, 2005. ISBN 80-7220-245-6

VOLEK, J., BINKOVÁ, P. *Média a realita*. Brno: Vydavatelství MU, 2003. ISBN 80-210-3308-8

Internetové zdroje:

CESKOSLOVENSKYTALENT.CZ, *Československý talent*. [cit. 2011-01-15]. Dostupné z: <<http://www.ceskoslovenskytalent.cz/je-to-potvrzene-ceka-nas-cesko-slovensko-ma-talent-3/>>

CLANKY.RVO.CZ, *Mediální publikum*. [cit. 2011-01-15]. Dostupné z: <<http://clanky.rvp.cz/clanek/s/Z/553/MEDIALNI-PUBLIKUM.html/>>

CSFD.CZ, *Musíme si pomáhat*. [online]. [cit. 2011-01-15]. Dostupné z: <<http://www.csfd.cz/film/4567-musime-si-pomahat/>>

CSMATALENT.CZ, *Československo má talent*. [online]. [cit. 2011-02-15]. Dostupné z: <<http://www.csmatalent.cz/>>

FILMARENA.CZ, *Kinoautomat*. [online]. [cit. 2011-01-15]. Dostupné z: <<http://www.filmarena.cz/dvd-kinoautomat>>

KINOTIP.CZ, *Přátelé*. [online]. [cit. 2011-01-15]. Dostupné z: <<http://pratele.kinotip.cz/>>

LEGIE.CZ [online]. [cit. 2011-01-17]. Dostupné z: <www.legie.info/kniha/4523-karel-jan-pleskac-zivot-na-mesici>

MATURITA.CZ, *Kinematografie*. [online]. [cit. 2011-01-19]. Dostupné z: <<http://maturita.cz/referaty/referat.asp?id=21>>

MUSEUM.TV, *John Donahue*. [online]. [cit. 2011-03-15]. Dostupné z: <<http://www.museum.tv/eotvsection.php?entrycode=donahuephil>>

NFA.CZ, *Světla velkoměsta*. [online]. [cit. 2011-01-15]. Dostupné z: <<http://www.nfa.cz/svetla-velkomesta.html>>

PRIMA-LOVE.CZ, *Oprah Show*. [online]. [cit. 2011-02-15]. Dostupné z: <<http://www.prima-love.cz/porady/oprah-show>>

ONOVA.MEDICAPITOL.CZ, *Peříčko*. [online]. [cit. 2011-01-15]. Dostupné z: <<http://onova.mediacapitol.com/pericko/info/>>

REVUE.IDNES.CZ, *Finále VyVolených: nejsledovanější pořad Primy*. [online]. [cit. 2011-02-15]. Dostupné z: <http://revue.idnes.cz/finale-vyvolenych-nejsledovanejsi-porad-primy-fr3-/lidicky.aspx?c=A051212_151530_vyvoleni_lf>

SCIFI.PETRSOOMMER.C, *Science fiction*. [online]. [cit. 2011-01-15]. Dostupné z: <<http://scifi.petrsommer.cz/>>

SEFKA.CZ, *O show*. [online]. [cit. 2011-01-15]. Dostupné z: <<http://www.sefka.cz/>>

SENIORPORTAL.CZ, *Groteska*. [online]. [cit. 2011-01-15]. Dostupné z: <<http://www.seniorportal.cz/magazin/kultura/c-6/groteska-neni-vzdy-jen-usmevna.../a-2284/>>

TALENTSHOW.CZ, *Hlas Česko Slovenska je lokální verzi show the voice*. [online]. [cit. 2011-01-15]. Dostupné z: <<http://www.talentshow.cz/hlas-cesko-slovenska/hlas-cesko-slovenska-je-lokalni-verzi-show-the-voice.html>>

TELENOVELY.NET, *Telenovely*. [online]. [cit. 2011-01-15]. Dostupné z: <<http://www.telenovely.net>>

TIM09.BLOG.CZ, *Vizuální kultura a nová estetika digitálních médií*. [cit. 2011-01-15]. Dostupné z: <<http://tim09.blog.cz/0912/8-vizualni-kultura-a-nova-estetika-digitalnich-medii>>

TROSECNIK-TV.CZ, *Z tisku*. [cit. 2011-01-15]. Dostupné z: <<http://www.trosecnik-tv.cz/>>

USERWEB.PEDF.CUNI.CZ, *Pozitiva a negativa internetu*. [cit. 2011-01-15] Dostupné z:
<<http://userweb.pedf.cuni.cz/kcj/studenti/heclova/internet.html>>

VYVOLENI-2005.WZ.CZ, *Vyvolení*. [cit. 2011-01-15]. Dostupné z:
<<http://www.vyvoleni-2005.wz.cz/>>

Seznam příloh

Příloha A – Rozhovor – Petr Vladyka.....	I
Příloha B – Reality show – Loga.....	IV
Příloha C – Fotografie – Moderátoři.....	V
Příloha D – Programový přehled.....	VII

Příloha A – Rozhovor – Petr Vladyka

ROZHOVOR

Petr Vladyka

(programový ředitel FTV Prima)

V čem je rozdíl mezi internetem a televizí?

„Televize je tradiční médium, které funguje s obrovskou setrvačností, internet je pro změnu fenoménem, ve kterém je budoucnost. Už nyní se obě platformy vzájemně doplňují a jsem přesvědčen o tom, že tato synergie se bude ještě více prohlubovat ve všech možných formách.“

V čem jsou výhody internetu oproti televizi?

„Internet je oproti televizi dostupný vždy a všude, je extrémně flexibilní, výrazně levnější...“

Jak byste zhodnotil zábavní průmysl v České republice?

„Showbiznys“ je nejen v České republice do značné míry pouze nafouknutá bublina. Lidí, kteří něco dokázali, tedy skutečných hvězd, je v téhle branži drtivá menšina – všichni ostatní jsou pseudocelebrity. Missky, modelky, účastníci talentových soutěží, prvoligoví fotbalisté... Tihle lidé nevytváří žádnou hodnotu, ale zaplňují stránky bulvárních periodik, která se následně snaží tyto tváře a jimi generovaný kontent zpeněžit a zajistit tak svým vydavatelům živobytí. Tohle je samozřejmě řečeno s velikou nadsázkou, to téma je téměř nekonečné. Pokud bych musel zábavní průmysl v České republice zhodnotit jednou větou, pak bych použil onu „nafouknutou bublinu, která by si zasloužila brzy prasknout“.

Jaký typ Reality show láká diváky k obrazovkám?

„Reality show je velmi obsažná definice, ale obecně se dá říci, že dnešního diváka televize baví každý pořad, kde se může podívat ‚pod pokličku‘ těm druhým – je jedno, jestli ti druzí zpívají, tančí, vaří, starají se o farmu... Je to zkrátka o voyeurismu a o autentické emoci, kterou může prožít každý z nás. Avšak jen málokdo je ochoten nebo schopen jít s kůží na trh, přičemž motivace bývá zpravidla jediná – touha po slávě a s ní spojené (relativní) peníze...“

Mají Reality show v České republice ještě budoucnost nebo je to už „přežití“?

„Reality show v pravém, původním, slova smyslu jsou Big Brother nebo VyVolení, aktuálně také připravovaný Hotel Paradise, který je důkazem toho, že ‚hardcore‘ reality show mají své místo v televizním programu i v současnosti – kdyby ten formát neměl být funkční, rozhodně bychom ho do vysílání kanálu Prima love nezařazovali. Reality show, která má ambici být úspěšná, musí splňovat řadu podmínek, kvalitním castingem počínaje a správnou dramaturgií konče. Tyto show jsou o autenticitě, nejsou nijak režirovány, maximálně jsou upravovány stříhově – jednoduše se v nich děje to, co se skutečně odehrálo ‚na place‘. Vedle těchto ortodoxních formátů velmi úspěšně a dlouhodobě funguje např. Prostřeno!, Jste to, co jíte, Ano, šéfe! aj. – ten formát rozhodně žije a zemřít se nechystá.“

Pro jaké diváky je podle Vás určen žánr reality show?

„Jak jsem již říkal, ‚reality show‘ je velmi obsažný pojem a její různé formy přitahují různý druh diváka. Je zřejmé, že na zmiňovaný Hotel Paradise se budou dívat spíše lidé mladší, na Prostřeno! prozměnu spíše ženy nad třicet let, talentové soutěže typu Česko Slovensko má talent jsou pak orientovány na celou rodinu.“

Jak byste zhodnotil talk show v ČR oproti zahraničí?

„Pravděpodobně nejlepší talkshow v ČR jsou dvě – Show Jana Krause na Prima family a Všechnopárty Karla Šípa na ČT1. Talkshow jakožto formát

každopádně na domácím trhu ještě není tak silně etablovaná, jako je tomu například v USA. I proto si myslím, že boom tohoto formátu nás ještě čeká.“

Myslíte si, že Hlas národa produkovaný TV Nova může v důsledku konkurovat mega show Česko Slovensko má talent?

„V tuhle chvíli se zdá, že ten formát funkční bude, i když jeho sledovanost vykazuje v jednotlivých týdnech mírnou sestupnou tendenci. Těžko ale říci něco s jistotou – v Nizozemsku se z Hlasu stal fenomén, v Německu vyhořel. Zeptejte se v polovině června.“

Příloha B – Reality show – Loga



PROSTŘENO!



Zdroj: Vyvolení. Dostupné z WWW: <<http://vyvoleni3.com/>>

Zdroj: Šéfka. Dostupné z WWW: <<http://www.sefka.cz/>>

Zdroj: Big Brother. Dostupné z WWW: <<http://big-brother.cz/>>

Zdroj: Trosečník. Dostupné z WWW: <<http://www.trosecnik-tv.cz/>>

Zdroj: Prostřeno. Dostupné z WWW: <<http://prostreno.cz/>>

Zdroj: Farmář hledá ženu. Dostupné z WWW: <<http://farmarhledazenu.net/>>

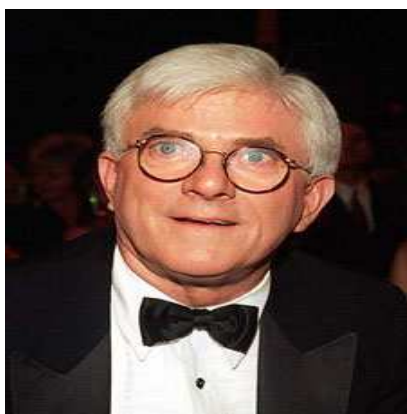
Příloha C – Fotografie – Moderátoři



Zdroj: Oprah Winfreyová. Dostupné z: <<http://www.csfd.cz/film/196351-oprah-show/>>



Zdroj: Jay Leno. Dostupné z: <<http://www.csfd.cz/tvurce/32784-jay-leno/>>



Zdroj: Phil Donahue. Dostupné z: <<http://www.imdb.com/name/nm0004882/>>



Zdroj: Halina Pawlovská. Dostupné z : <<http://www.novaart.cz/umelci/pawlovska-halina.html>>

Zdroj: Jan Kraus. Dostupné z: <<http://www.jankraus.cz/>>

Zdroj: Václav Moravec. Dostupné z: <<http://www.ceskatelevize.cz/...vaclava-moravce/1224-vaclav-moravec/>>

Příloha D – Programové přehledy

Programové přehledy stanic FTV Prima za neděli 12. 2. 2012:

Prima family:

Prima family			15+			15-54			15-40		
titul	začátek	konec	Rating	Projekce	Share	Rating	Projekce	Share	Rating	Projekce	Share
Zprávy FTV Prima	6:15:47	6:43:04	0,3	25	14,29	0,1	6	6,68	0,1	4	9,24
Krimi zprávy	6:43:04	6:57:32	0,4	36	15,22	0,2	13	10,83	0,3	10	14,22
Krimi plus	6:57:32	7:02:39	0,6	54	21,82	0,3	19	14,71	0,4	15	18,47
VIP zprávy	7:02:39	7:13:05	0,6	54	20,01	0,5	26	19,90	0,6	24	27,39
Hero Factory: My stavíme hrdiny	7:18:48	7:41:34	0,1	9	2,37	0,1	7	2,92	0,1	2	1,69
Mickeyho klubík	7:48:19	8:11:20	0,3	24	3,65	0,3	16	3,89	0,2	9	3,48
Tajemství 2. světové války	8:19:26	9:19:38	3,3	286	24,52	2,2	126	18,16	1,7	64	14,94
Prima SVĚT	9:27:19	9:51:59	4,3	375	24,37	3,2	178	19,26	2,4	91	16,59
Vraždy v Kitzbühelu	9:59:34	10:51:30	2,9	251	13,79	2,0	112	10,85	1,5	56	9,25
Partie	11:00:00	11:41:26	3,3	287	14,57	0,9	51	4,63	0,8	31	4,77
M*A*S*H	11:51:59	12:16:30	3,6	320	14,48	3,0	167	14,20	2,3	88	13,31
Receptář prima nápadů	12:24:55	13:29:18	7,8	683	26,16	5,0	281	20,94	3,5	132	17,27
Zemřít mladý	13:37:25	15:51:50	2,3	204	8,20	1,8	104	7,87	1,7	62	8,41
Vraždy v Midsomeru	16:00:01	17:57:57	5,2	456	18,09	2,4	134	10,25	1,7	62	8,16
Ženy na cestách	18:04:45	18:49:17	6,2	549	17,57	3,5	196	12,34	2,6	97	10,80
Zprávy FTV Prima	18:54:35	19:20:33	13,7	1205	31,29	8,0	451	24,37	6,5	246	23,76
Krimi zprávy	19:23:26	19:38:23	10,9	960	23,24	6,5	365	18,38	5,0	187	17,36
Krimi plus	19:39:56	19:44:54	9,1	803	18,66	5,7	322	15,32	4,5	169	14,80
VIP zprávy	19:49:59	20:01:43	10,4	915	21,27	6,0	337	15,76	4,5	171	14,39
Zázraky života	20:07:49	21:09:09	7,4	650	14,09	4,1	228	9,37	3,1	118	8,34
Pokáň	21:17:26	23:38:12	2,3	204	7,23	1,6	91	5,84	1,4	51	5,75
Umýšlíný čin	23:46:40	1:27:22	0,5	44	6,25	0,5	26	6,75	0,4	15	7,20
Myšlenky zločince	1:35:48	2:22:50	0,3	27	10,66	0,2	11	8,51	0,2	6	9,28
Volejte Věšče	2:32:12	4:15:08	0,1	9	6,42	0,1	5	8,42	0,1	5	16,47
Tajemství 2. světové války	4:17:08	5:09:09	0,1	12	10,60	0,1	7	11,31	0,1	2	8,97
Tmí	5:10:44	5:50:39	0,1	7	5,96	0,1	5	7,40	0,1	3	8,75

Prima COOL:

Prima COOL			15+			15-54			15-40		
titul	začátek	konec	Rating	Projekce	Share	Rating	Projekce	Share	Rating	Projekce	Share
Moucha	6:23:15	6:28:30	0,1	6	4,18	0,1	6	7,54	0,2	6	9,97
Vítejte doma	7:27:24	8:10:01	0,6	54	9,02	0,7	41	11,46	0,7	25	11,36
Cleveland show	8:15:09	8:35:47	0,3	22	2,24	0,3	18	3,23	0,3	10	3,26
Poslední bojovník	8:37:47	9:22:57	0,8	74	5,35	0,9	52	6,47	0,8	31	6,89
Chuck	9:27:55	10:11:19	0,8	69	4,13	1,1	61	6,27	1,1	42	7,82
Dům loutek	10:16:23	11:05:57	0,5	44	2,41	0,6	34	3,32	0,4	15	2,66
Faktor strachu	11:10:55	11:58:41	0,8	70	3,39	0,9	52	4,62	0,8	30	4,67
Událost	12:06:19	12:49:16	0,4	35	1,38	0,3	19	1,40	0,3	12	1,59
Vítejte doma	12:55:26	13:45:57	1,4	119	4,54	1,6	88	6,27	1,8	66	8,46
Criss Angel: Extrémní magie	13:53:22	14:14:50	1,1	99	4,04	1,4	78	5,73	1,3	49	6,27
Faktor strachu	14:20:59	15:09:41	1,0	91	3,88	1,0	58	4,60	1,0	36	5,19
Knight Rider - Legenda se vrací	15:16:51	16:04:50	0,8	67	2,82	0,8	45	3,64	0,9	32	4,57
Poslední bojovník	16:11:04	17:05:33	0,9	79	3,18	1,0	55	4,28	1,2	45	6,31
Pobřežní lýtka	17:11:49	17:33:18	1,1	94	3,30	1,3	74	5,19	1,6	62	7,79
Událost	17:40:04	18:25:03	0,8	70	2,25	0,8	44	2,84	0,9	33	3,76
Simpsonovi	18:30:02	18:51:41	1,6	143	4,16	2,0	115	6,64	2,4	91	8,93
Simpsonovi	18:56:11	19:17:57	1,6	144	3,71	2,3	130	6,88	2,9	110	10,29
Hustej nářez	19:24:38	19:43:43	0,9	77	1,80	1,2	66	3,11	1,3	48	4,15
Hustej nářez	19:44:13	20:04:09	1,6	140	3,23	2,1	118	5,37	2,5	94	7,60
Buffy, zabitějka upírů	20:09:09	21:57:57	1,2	102	2,36	1,5	86	3,68	1,7	64	4,67
Dexter	22:06:48	22:59:32	1,6	143	5,65	1,9	107	7,48	1,7	63	7,65
Zákon gangu	23:06:39	23:57:31	0,6	54	3,87	0,7	41	5,06	0,7	26	5,80
Simpsonovi	0:00:47	0:22:26	0,4	33	3,94	0,6	32	6,28	0,6	23	7,99
Simpsonovi	0:23:26	0:45:12	0,4	32	4,67	0,5	31	7,62	0,5	20	8,93
Otcovy hříchy	0:48:29	2:18:02	0,2	15	4,51	0,1	8	3,99	0,2	7	6,74
Dexter	2:19:12	3:04:29	0,1	11	6,43	0,1	8	8,01	0,2	6	11,56
Zákon gangu	3:05:39	3:49:01	0,1	8	7,13	0,1	3	4,39	0,1	3	8,54
Hustej nářez	3:50:31	4:09:36	0,1	5	4,91	0,0	3	3,99	0,1	3	7,12
Hustej nářez	4:11:05	4:31:02	0,0	3	2,14	0,0	2	3,06	0,0	0	0,81
Faktor strachu	4:32:32	5:13:11	0,0	4	3,30	0,1	4	5,17	0,0	2	4,08
Moucha	5:13:41	5:18:56	0,0	3	2,72	0,1	3	4,95	0,0	0	0,83
Moucha	5:18:56	5:23:56	0,0	3	2,25	0,1	3	3,96	0,0	0	0,00

Prima love:

Prima love	titul	začátek	konec	15+			15-54			15-40		
				Rating	Projekce	Share	Rating	Projekce	Share	Rating	Projekce	Share
Heidi		7:29:31	7:51:32	0,1	6	1,21	0,1	5	1,63	0,1	2	1,03
Letiště		7:54:58	8:47:30	0,2	17	1,84	0,2	13	2,46	0,2	9	2,79
Jak se staví sen		8:53:08	9:30:25	0,9	76	5,14	1,0	57	6,64	1,1	43	8,75
Marina		9:35:03	10:22:02	0,3	29	1,68	0,4	21	2,11	0,5	20	3,56
Sabrina - mladá čarodějnice		10:26:19	10:47:56	0,3	28	1,57	0,4	24	2,41	0,5	20	3,68
Chůva k pohledání		10:51:17	11:14:37	1,1	93	4,99	1,3	73	6,98	1,3	48	8,06
Super drbna		11:18:33	12:04:01	0,6	56	2,61	0,8	44	3,88	0,8	32	4,92
Amerika hledá topmodelku		12:07:48	12:53:50	0,8	68	2,66	0,9	51	3,78	1,1	41	5,45
Rodinná pouta		12:56:47	13:56:47	0,4	32	1,21	0,4	21	1,46	0,4	16	2,04
Čarodějky		14:00:45	14:47:02	0,3	29	1,23	0,4	22	1,69	0,5	19	2,63
Čarodějky		14:53:22	15:39:46	0,4	39	1,68	0,6	35	2,80	0,7	27	3,87
Sabrina - mladá čarodějnice		15:45:36	16:07:12	0,4	32	1,37	0,4	20	1,63	0,3	13	1,87
Ezel		16:10:55	18:02:54	0,4	39	1,45	0,4	24	1,76	0,4	17	2,18
Marina		18:04:55	18:52:16	1,1	93	2,78	1,0	58	3,45	1,0	38	3,92
Prima tip na večer		18:53:46	18:57:05	0,2	16	0,45	0,2	13	0,72	0,1	4	0,42
Oprah show		19:00:47	19:46:09	0,2	15	0,36	0,2	12	0,58	0,1	4	0,35
Chůva k pohledání		19:51:28	20:15:06	1,6	144	3,31	1,6	91	4,08	1,5	55	4,36
Darebák		20:19:04	22:06:32	0,9	80	1,88	0,9	52	2,25	1,0	38	2,77
Tráva		22:10:36	22:36:58	0,6	51	1,86	0,7	39	2,52	0,9	32	3,64
Ve službách FBI		22:43:52	23:27:54	0,7	61	3,36	0,6	34	3,28	0,6	23	3,78
Talk show bez zábran		23:30:45	0:07:52	0,4	31	2,78	0,3	18	2,72	0,3	10	2,72
Weeds		0:10:22	0:36:44	0,1	7	0,95	0,1	4	0,92	0,1	3	1,24
Žena, kterou miloval		0:40:10	2:17:28	0,1	10	2,63	0,1	5	2,40	0,1	3	2,74
Ezel		2:35:46	4:23:12	0,1	5	3,63	0,0	2	3,05	0,0	0	0,05
Super drbna		4:25:12	5:05:36	0,0	2	1,90	0,0	2	2,86	0,0	0	0,00

Programové přehledy stanic FTV Prima za neděli 19. 2. 2012:

Prima family:

Prima family	titul	začátek	konec	15+			15-54			15-40		
				Rating	Projekce	Share	Rating	Projekce	Share	Rating	Projekce	Share
Zprávy FTV Prima		6:14:05	6:41:20	0,3	29	16,65	0,2	11	12,75	0,2	6	13,87
Krimi zprávy		6:41:20	6:56:13	0,5	45	20,48	0,3	18	15,55	0,2	9	15,15
Krimi plus		6:56:13	7:01:33	0,8	66	24,40	0,5	29	20,42	0,4	13	16,80
VIP zprávy		7:01:33	7:13:24	0,7	57	18,13	0,5	27	15,60	0,3	13	13,34
Hero Factory: My stavíme hrdiny		7:19:08	7:42:06	0,2	13	3,34	0,2	9	3,49	0,2	7	5,18
Mickeyho klubík		7:48:21	8:11:22	0,5	42	6,62	0,6	34	9,02	0,8	32	13,01
Tajemství 2. světové války		8:19:38	9:19:04	3,1	272	23,89	1,9	108	16,88	1,2	44	12,11
Prima SVĚT		9:27:20	9:52:18	4,5	394	25,79	2,8	160	19,47	2,1	78	16,89
Vraždy v Kitzbühelu		9:59:59	10:51:49	2,6	228	12,52	1,4	80	8,37	0,9	36	6,38
Partie		11:00:01	11:41:05	3,7	327	16,60	1,3	72	6,98	0,8	29	4,85
Receptář prima nápadů		11:50:16	12:47:17	7,8	687	28,73	5,0	282	23,28	3,2	121	18,01
Specialisté na vraždy		12:57:29	13:50:14	2,9	253	9,60	1,8	103	7,48	1,2	45	6,12
Falešná hraběnka		13:59:45	15:52:06	2,5	219	8,79	1,7	95	7,54	1,2	43	6,38
Vraždy v Midsomeru		15:59:46	17:57:10	6,6	579	22,28	3,4	189	14,87	2,1	80	11,91
Ženy na cestách		18:04:50	18:48:55	6,6	579	17,85	3,8	215	13,23	3,0	113	12,45
Zprávy FTV Prima		18:54:40	19:22:55	13,6	1194	30,98	7,9	445	23,86	5,7	215	21,35
Krimi zprávy		19:25:05	19:36:30	11,5	1011	24,64	6,8	382	19,26	5,3	197	18,49
Krimi plus		19:39:32	19:45:07	7,6	664	15,49	3,8	217	10,32	2,5	96	8,46
VIP zprávy		19:50:38	20:00:19	9,4	828	19,18	4,8	269	12,55	3,9	146	12,35
Zázraky života		20:06:30	21:02:20	9,4	830	18,69	5,1	286	12,34	3,9	146	11,16
Moderní Popelka		21:10:52	23:04:21	5,1	447	13,16	4,1	233	12,59	4,3	163	15,22
Kočí lidé		23:13:23	1:19:36	1,1	94	10,09	1,0	54	10,87	0,8	32	11,36
Myšlenky zločince		1:27:42	2:16:31	0,2	21	8,39	0,1	6	4,92	0,1	3	3,46
Volejte Věšce		2:23:44	4:05:59	0,0	1	1,05	0,0	0	0,46	0,0	0	0,64
Specialisté na vraždy		4:06:59	4:51:32	0,1	5	6,12	0,0	0	0,98	0,0	0	0,25
Tajemství 2. světové války		4:52:02	5:44:02	0,1	9	8,47	0,0	1	2,11	0,0	0	0,16
Nikdo není dokonalý		5:44:32	5:52:17	0,1	12	8,41	0,1	6	7,92	0,0	1	2,54

Prima COOL:

Prima COOL	titul	začátek	konec	15+			15-54			15-40		
				Rating	Projekce	Share	Rating	Projekce	Share	Rating	Projekce	Share
	Vítejte doma	7:54:29	8:37:10	1,1	96	11,84	1,2	67	14,51	1,2	46	15,92
	Cleveland show	8:43:09	9:03:52	0,5	46	3,85	0,7	38	5,72	0,7	27	6,99
	Chuck	9:11:43	9:52:44	0,5	41	2,79	0,5	30	3,75	0,6	21	4,74
	Dům loutek	10:00:30	10:47:55	0,4	38	2,07	0,4	25	2,62	0,5	18	3,16
	Faktor strachu	10:55:20	11:46:09	1,4	123	6,24	1,4	81	7,83	1,7	65	10,91
	Událost	11:54:05	12:37:11	0,7	65	2,76	0,9	49	4,07	0,8	31	4,68
	Moucha	12:39:11	12:44:26	0,5	44	1,72	0,6	34	2,67	0,7	26	3,69
	Vítejte doma	12:50:22	13:41:09	1,9	170	6,53	2,5	140	10,27	2,7	101	13,71
	Criss Angel: Extrémní magie	13:49:09	14:10:25	0,8	73	2,72	1,2	67	4,91	1,4	52	7,23
	Faktor strachu	14:18:22	15:09:06	1,1	96	3,77	1,4	77	5,98	1,2	47	6,80
	Knight Rider - Legenda se vrací	15:16:37	16:04:32	0,8	73	3,11	0,9	49	4,01	0,9	35	5,39
	Poslední bojovník	16:12:18	17:04:34	0,8	68	2,80	0,7	38	3,21	0,8	32	5,10
	Pobřežní lytka	17:12:25	17:33:42	0,7	62	2,24	0,7	42	3,18	0,9	34	4,87
	Událost	17:41:23	18:30:26	0,9	77	2,49	0,9	53	3,47	1,1	40	4,73
	Simpsonovi	18:38:42	19:00:12	2,0	173	4,95	2,7	154	8,81	3,2	120	12,40
	Simpsonovi	19:08:13	19:29:46	1,9	167	4,23	2,8	158	8,31	3,3	124	12,01
	Hustej nářez	19:38:07	19:58:02	1,1	94	2,19	1,5	84	3,96	1,5	55	4,78
	Prosimě, přetočte	20:06:03	22:04:57	1,2	106	2,49	1,6	88	3,87	1,7	63	4,82
	Dexter	22:12:38	23:14:09	1,5	131	5,07	1,8	102	7,38	1,9	71	9,01
	Zákon gangu	23:21:11	0:03:51	0,4	38	2,94	0,6	33	4,74	0,7	26	6,54
	Simpsonovi	0:07:28	0:28:59	0,3	29	3,51	0,5	28	6,25	0,5	18	7,27
	Simpsonovi	0:32:20	0:53:53	0,5	40	6,17	0,7	37	10,68	0,8	29	14,46
	Prvních 20 milionů je nejtěžších	0:58:16	2:38:58	0,3	30	10,63	0,4	25	17,02	0,6	22	25,18
	Dexter	2:40:38	3:34:06	0,0	4	3,16	0,0	1	1,85	0,0	0	0,81
	Zákon gangu	3:36:31	4:13:38	0,0	4	4,91	0,0	0	0,23	0,0	0	0,28
	Hustej nářez	4:15:08	4:35:03	0,0	0	0,41	0,0	0	0,44	0,0	0	0,65
	Faktor strachu	4:36:33	5:26:07	0,0	0	0,23	0,0	0	0,40	0,0	0	0,00
	Moucha	5:27:37	5:32:52	0,0	0	0,00	0,0	0	0,00	0,0	0	0,00
	Moucha	5:32:52	5:38:07	0,0	0	0,09	0,0	0	0,16	0,0	0	0,00

Prima love:

Prima love	titul	začátek	konec	15+			15-54			15-40		
				Rating	Projekce	Share	Rating	Projekce	Share	Rating	Projekce	Share
	Heidi	7:39:01	8:00:21	0,1	8	1,53	0,1	6	1,70	0,1	5	2,20
	Letisté	8:03:27	8:53:31	0,3	28	3,03	0,3	18	3,45	0,4	13	4,22
	Jak se stává sen	8:58:44	9:33:42	1,1	93	6,85	1,2	69	9,11	1,2	45	10,60
	Marina	9:38:24	10:23:58	0,3	28	1,68	0,4	24	2,69	0,6	22	4,44
	Sabrina - mladá čarodějnice	10:26:44	10:48:21	0,5	45	2,42	0,7	37	3,81	0,9	35	6,07
	Chůva k pohledání	10:52:03	11:15:27	0,7	64	3,37	0,8	47	4,68	1,1	43	7,34
	Super drbna	11:19:49	12:05:30	0,5	45	2,18	0,7	39	3,56	0,9	32	5,17
	Amerika hledá topmodelku	12:09:32	12:59:45	0,8	67	2,72	1,0	54	4,37	1,0	38	5,56
	Rodinná pouta	13:03:57	14:00:23	0,4	37	1,40	0,5	26	1,85	0,5	21	2,76
	Čarodějky	14:02:34	14:46:56	0,4	36	1,39	0,6	33	2,49	0,7	27	3,83
	Čarodějky	14:50:28	15:35:43	0,6	57	2,37	0,8	47	3,85	1,1	41	6,10
	Sabrina - mladá čarodějnice	15:40:12	16:01:45	0,5	41	1,75	0,6	32	2,56	0,7	26	4,00
	Ezel	16:05:02	17:57:21	0,4	39	1,49	0,5	26	2,04	0,5	18	2,65
	Marina	18:00:03	18:48:34	0,8	74	2,30	0,7	42	2,59	0,7	26	2,94
	Prima tip na večeri	18:50:34	18:54:50	0,5	45	1,29	0,3	17	0,98	0,1	4	0,44
	Oprah show	19:00:44	19:46:14	0,1	13	0,31	0,2	11	0,58	0,1	4	0,40
	Chůva k pohledání	19:52:08	20:15:06	1,6	140	3,27	1,3	75	3,49	1,1	41	3,45
	Vášeň a zrada	20:20:51	22:11:43	0,8	73	1,74	0,5	29	1,31	0,5	20	1,57
	Tráva	22:15:56	22:42:34	0,3	26	0,89	0,3	16	0,99	0,3	13	1,42
	Ve službách FBI	22:49:18	23:35:25	0,4	39	2,13	0,4	25	2,46	0,5	18	3,17
	Talk show bez zábran	23:39:57	0:19:03	0,1	12	1,17	0,1	6	1,01	0,1	6	1,76
	Weeds	0:21:43	0:48:21	0,0	2	0,35	0,0	2	0,55	0,0	2	0,87
	Dodsonův svět	0:51:47	2:18:16	0,1	7	2,26	0,0	3	1,68	0,0	0	0,16
	Ezel	2:36:29	4:24:35	0,1	5	4,46	0,0	1	1,24	0,0	1	1,69
	Super drbna	4:26:40	5:07:04	0,0	0	0,06	0,0	0	0,06	0,0	0	0,00
	Oprah show	5:08:34	5:50:27	0,0	2	1,65	0,0	2	2,80	0,0	0	0,00

Programové přehledy stanic FTV Prima za neděli 26. 2. 2012:

Prima family:

Prima family titul	začátek	konec	15+			15-54			15-40		
			Rating	Projekce	Share	Rating	Projekce	Share	Rating	Projekce	Share
Zprávy FTV Prima	6:15:47	6:43:04	0,3	25	14,29	0,1	6	6,68	0,1	4	9,24
Krimi zprávy	6:43:04	6:57:32	0,4	36	15,22	0,2	13	10,83	0,3	10	14,22
Krimi plus	6:57:32	7:02:39	0,6	54	21,82	0,3	19	14,71	0,4	15	18,47
VIP zprávy	7:02:39	7:13:05	0,6	54	20,01	0,5	26	19,90	0,6	24	27,39
Hero Factory: My stavíme hrdiny	7:18:48	7:41:34	0,1	9	2,37	0,1	7	2,92	0,1	2	1,69
Mickeyho klubík	7:48:19	8:11:20	0,3	24	3,65	0,3	16	3,89	0,2	9	3,48
Tajemství 2. světové války	8:19:26	9:19:38	3,3	286	24,52	2,2	126	18,16	1,7	64	14,94
Prima SVET	9:27:19	9:51:59	4,3	375	24,37	3,2	178	19,26	2,4	91	16,59
Vraždy v Kitzbühelu	9:59:34	10:51:30	2,9	251	13,79	2,0	112	10,85	1,5	56	9,25
Partie	11:00:00	11:41:26	3,3	287	14,57	0,9	51	4,63	0,8	31	4,77
M*A*S*H	11:51:59	12:16:30	3,6	320	14,48	3,0	167	14,20	2,3	88	13,31
Receptář prima nápadů	12:24:55	13:29:18	7,8	683	26,16	5,0	281	20,94	3,5	132	17,27
Zemřít mladý	13:37:25	15:51:50	2,3	204	8,20	1,8	104	7,87	1,7	62	8,41
Vraždy v Midsomeru	16:00:01	17:57:57	5,2	456	18,09	2,4	134	10,25	1,7	62	8,16
Ženy na cestách	18:04:45	18:49:17	6,2	549	17,57	3,5	196	12,34	2,6	97	10,80
Zprávy FTV Prima	18:54:35	19:20:33	13,7	1205	31,29	8,0	451	24,37	6,5	246	23,76
Krimi zprávy	19:23:26	19:38:23	10,9	960	23,24	6,5	365	18,38	5,0	187	17,36
Krimi plus	19:39:56	19:44:54	9,1	803	18,66	5,7	322	15,32	4,5	169	14,80
VIP zprávy	19:49:59	20:01:43	10,4	915	21,27	6,0	337	15,76	4,5	171	14,39
Zázraky života	20:07:49	21:09:09	7,4	650	14,09	4,1	228	9,37	3,1	118	8,34
Pokání	21:17:26	23:38:12	2,3	204	7,23	1,6	91	5,84	1,4	51	5,75
Umýšlný čin	23:46:40	1:27:22	0,5	44	6,25	0,5	26	6,75	0,4	15	7,20
Myšlenky zločince	1:35:48	2:22:50	0,3	27	10,66	0,2	11	8,51	0,2	6	9,28
Volejte Věštce	2:32:12	4:15:08	0,1	9	6,42	0,1	5	8,42	0,1	5	16,47
Tajemství 2. světové války	4:17:08	5:09:09	0,1	12	10,60	0,1	7	11,31	0,1	2	8,97
Trní	5:10:44	5:50:39	0,1	7	5,96	0,1	5	7,40	0,1	3	8,75

Prima COOL:

Prima COOL titul	začátek	konec	15+			15-54			15-40		
			Rating	Projekce	Share	Rating	Projekce	Share	Rating	Projekce	Share
Vítejte doma	7:52:14	8:36:43	1,3	112	13,46	1,5	85	16,87	1,3	50	16,55
Cleveland show	8:42:37	9:03:19	0,6	52	4,34	0,8	45	6,18	0,9	36	7,97
Chuck	9:10:09	9:53:16	0,6	52	3,56	0,8	45	5,09	1,0	37	6,99
Dům loutek	10:00:36	10:48:35	0,5	48	2,66	0,8	45	4,36	1,1	41	6,76
Faktor strachu	10:54:55	11:45:18	0,9	82	4,17	1,1	64	5,85	1,2	44	6,77
Událost	11:53:24	12:41:42	0,6	54	2,29	0,6	34	2,79	0,6	24	3,52
Vítejte doma	12:50:34	13:40:24	1,5	131	4,91	1,7	96	6,90	2,2	82	10,33
Criss Angel: Extrémní magie	13:47:45	14:09:20	0,5	42	1,63	0,6	36	2,63	0,6	23	3,02
Faktor strachu	14:16:55	15:07:48	0,7	63	2,56	0,9	53	4,09	0,9	33	4,73
Knight Rider - Legenda se vrací	15:15:34	16:03:59	0,7	65	2,62	0,8	46	3,46	1,0	37	4,78
Poslední bojovník	16:11:25	17:03:13	0,7	57	2,44	0,6	32	2,60	0,5	20	2,79
Pobřežní lýtka	17:11:04	17:32:27	0,5	48	1,83	0,7	39	2,81	0,8	29	3,59
Událost	17:42:23	18:30:32	0,8	69	2,35	0,8	46	3,07	0,9	34	3,97
Simpsonovi	18:39:08	19:00:26	1,7	151	4,41	2,4	133	7,83	3,1	115	11,84
Simpsonovi	19:09:03	19:30:38	1,5	130	3,24	2,1	118	6,12	2,6	98	9,23
Hustej nářez	19:39:25	19:58:05	0,9	78	1,82	1,0	57	2,68	1,1	40	3,41
Sopka	20:06:47	22:05:05	2,8	247	5,69	3,1	174	7,43	2,9	108	7,90
Misfits: Zmetci	22:13:07	23:05:06	1,7	151	6,07	2,1	121	8,78	2,2	84	10,95
Zákon gangu	23:12:33	23:59:46	0,7	61	4,64	0,7	40	5,51	0,7	27	6,80
Simpsonovi	0:02:48	0:24:07	0,5	40	4,46	0,6	34	6,91	0,7	28	10,38
Simpsonovi	0:26:29	0:48:04	0,5	46	6,88	0,8	43	11,79	0,9	34	17,10
Misfits	0:51:56	1:36:39	0,2	14	3,30	0,2	11	4,96	0,1	5	4,08
Zrozen k rychlosti	1:38:19	3:10:56	0,1	12	5,87	0,1	6	6,37	0,1	5	9,81
Zákon gangu	3:12:46	3:53:18	0,1	9	7,02	0,1	5	7,70	0,1	2	7,82
Hustej nářez	3:55:18	4:13:59	0,2	15	12,89	0,2	10	17,91	0,1	6	21,02
Faktor strachu	4:15:59	4:59:43	0,0	4	3,68	0,1	4	6,78	0,1	3	10,78
Faktor strachu	5:00:13	5:43:28	0,1	8	7,18	0,1	7	11,18	0,1	2	6,89
Moucha	5:43:56	5:49:01	0,1	5	3,92	0,1	3	3,79	0,0	2	4,45
Moucha	5:49:01	5:54:06	0,0	0	0,03	0,0	0	0,06	0,0	0	0,00

Prima love:

Prima love	začátek	konec	15+			15-54			15-40		
			Rating	Projekce	Share	Rating	Projekce	Share	Rating	Projekce	Share
Heidi	7:38:01	8:00:32	0,0	4	0,68	0,0	1	0,31	0,0	1	0,38
Letiště	8:03:28	8:55:49	0,3	25	2,52	0,3	14	2,37	0,3	9	2,61
Jak se staví sen	9:01:58	9:38:58	0,8	66	4,78	1,1	60	7,24	1,1	42	8,43
Hříšná láska	9:42:54	10:27:18	0,3	28	1,60	0,4	20	2,02	0,4	17	2,80
Sabrina - mladá čarodějnice	10:30:35	10:52:10	0,3	29	1,57	0,4	23	2,30	0,5	20	3,27
Chůva k pohledání	10:55:06	11:18:37	0,7	63	3,43	0,9	51	4,89	1,1	43	6,81
Super drbna	11:22:59	12:08:47	0,4	38	1,77	0,6	34	2,95	0,8	29	4,31
Amerika hledá topmodelku	12:13:20	13:00:21	0,7	60	2,44	0,9	49	3,88	1,0	39	5,41
Rodinná pouta	13:03:28	14:00:10	0,5	40	1,50	0,4	20	1,44	0,3	13	1,65
Čarodějky	14:03:21	14:50:29	0,4	33	1,34	0,4	22	1,72	0,4	13	1,88
Ezel	14:54:06	16:36:12	0,4	31	1,30	0,3	15	1,22	0,2	7	1,01
Hříšná láska	16:39:49	17:28:40	0,4	37	1,47	0,3	15	1,11	0,2	9	1,23
Sabrina - mladá čarodějnice	17:34:55	17:56:31	0,5	43	1,54	0,7	39	2,71	0,9	33	4,06
Čarodějky	18:00:02	18:46:33	0,4	36	1,18	0,5	30	1,91	0,7	26	2,88
Prima tip na večer	18:48:43	18:54:20	0,4	35	1,02	0,4	25	1,42	0,4	13	1,35
Oprah show	19:00:08	19:46:52	0,2	14	0,35	0,2	9	0,48	0,2	6	0,55
Chůva k pohledání	19:51:15	20:14:45	1,6	138	3,20	1,6	93	4,26	1,5	55	4,49
Láska přes internet	20:22:57	22:37:37	1,3	114	2,86	1,4	79	3,66	1,3	49	3,85
Tráva	22:43:42	23:10:39	0,4	36	1,75	0,5	26	2,32	0,5	20	3,20
Ve službách FBI	23:14:36	23:59:58	0,4	34	2,61	0,4	20	2,85	0,3	12	3,00
Talk show bez zábran	0:03:14	0:40:48	0,2	14	1,73	0,2	11	2,51	0,1	5	2,26
Weeds	0:43:28	1:10:25	0,1	8	1,55	0,1	7	2,51	0,1	4	2,34
Svědomi	1:12:35	2:42:47	0,1	12	4,46	0,1	7	5,28	0,1	3	4,19
Ezel	3:00:55	4:38:13	0,0	2	1,75	0,0	1	0,88	0,0	0	0,29
Super drbna	4:40:13	5:20:37	0,0	3	2,50	0,0	2	3,85	0,0	0	0,09

Zdroj dat: ATO Mediaresearch

BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE

Jméno autora: Lada Horká

Obor: Sociální a masová komunikace

Forma studia: Kombinované

Název práce: Zábavní průmysl

Rok: 2012

Počet stran bez příloh: 63

Celkový počet stran příloh: 15

Počet titulů české literatury a pramenů: 16

Počet titulů zahraniční literatury a pramenů: 0

Počet internetových zdrojů: 22

Vedoucí práce: PhDr. Soňa Štroblová