

UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA

BAKALÁŘSKÉ KOMBINOVANÉ STUDIUM

2013 – 2014

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Veronika Mejzlíková

Vánoce na televizní obrazovce – proměny napříč časem

Praha 2014

Vedoucí bakalářské práce: ThDr. et PhDr. Mezuláník Radek, Ph.D.

JAN AMOS KOMENSKY UNIVERSITY PRAGUE

BACHELOR PART TIME STUDIES

2013 - 2014

BACHELOR THESIS

Veronika Mejzlíková

Christmas on television screen - changes over time

Prague 2014

The Bachelor Thesis Work Supervisor:

ThDr. et PhDr. Mezuláník Radek, Ph.D.

Prohlášení

Prohlašuji, že předložená bakalářská 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 použitých zdrojů.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v univerzitní knihovně.

V Praze dne

Veronika Mejzlíková

ANOTACE

Bakalářská práce „*Vánoce na televizní obrazovce – proměny napříč časem*“ je rozdělena do dvou částí, teoretické a praktické. Teoretická část práce vysvětluje pojem rituál a popisuje Vánoce jako jeden z velice významných rituálů v životě člověka. Dále představuje základní druhy hromadných sdělovacích prostředků, zejména televizi. V závěru se věnuje České televizi a vlivu televizního programu na tradiční podobu slavení Vánoc. Praktická část doplňuje celou bakalářskou práci analýzou vánočního programového schématu ČT1 v průběhu let 1998 až 2013. Zkoumá zejména vysílané pohádky, ale i celkovou proměnu vánočního televizního vysílání ČT1.

Klíčové pojmy

Česká televize, média, obsahová analýza, programové schéma, rating, rituál, share televize, tradice, Vánoce.

ANOTATION

Bachelor's dissertation "*Christmas on television screen - changes over time*" is divided into two parts, theoretical and practical. The theoretical part explains the term 'ritual' and describes Christmas as one of the most important rituals in human life. It also presents the basic types of mass media, especially television. The end is devoted to Czech television, the public service broadcaster in the Czech Republic, and to influence of TV program to the traditional form of celebrating Christmas. The practical part analyzes the Christmas TV schedule of CT1 during the years 1998 to 2013. It explores mainly the broadcasted fairy tales, but also the overall transformation of Christmas television program of CT1.

Key words

Content analysis, Czech television, Christmas, media, program schedule, rating, ritual, share, television, tradition.

OBSAH

ÚVOD.....	8
1 CO JE TO RITUÁL A KDE SE VZAL	10
1.1 Definice a etymologie pojmu.....	10
2 VÁNOCE JAKO RITUÁL.....	12
2.1 Zvyky a tradice českých Vánoc	12
2.2 Vánoční zvyky v zahraničí	14
2.2.1 Německo.....	14
2.2.2 Velká Británie.....	15
2.2.3 USA	15
2.3 Proměny Vánoc	16
3 MÉDIA ZE VŠECH STRAN	17
3.1 Hromadné sdělovací prostředky a mediální komunikace.....	17
3.2 Druhy médií	18
3.2.1 Tisk.....	19
3.2.2 Rozhlas.....	19
3.2.3 Kino, film.....	20
3.2.4 Internet.....	20
3.3 Média – naši přátelé nebo protivníci?	21
3.4 Televize	22
4 ČESKÁ TELEVIZE	24
4.1 O České televizi.....	24
4.2 Asociace televizních organizací	24
4.3 Duální systém a programová schémata.....	26
5 VÁNOCE A TELEVIZNÍ OBRAZOVKA.....	28
6 ANALÝZA VÁNOČNÍHO PROGRAMU ČT1	30
6.1 Cíl práce.....	30
6.2 Pracovní otázky a hypotézy	30
6.3 Charakteristika výzkumného vzorku	32
6.4 Použité metody a postupy.....	33
6.5 Harmonogram postupu.....	35
6.6 Analýza dat a interpretace výsledků	35
6.7 Závěry výzkumu	47
ZÁVĚR.....	49

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ.....	50
SEZNAM OBRÁZKŮ, GRAFŮ A TABULEK.....	52
SEZNAM PŘÍLOH	53
PŘÍLOHA A – UKÁZKA PRACOVNÍHO LISTU.....	I
PŘÍLOHA B – NEPOUŽITÉ GRAFY	II

ÚVOD

Žijeme ve věku informační společnosti, kde nás média, v jakékoli své podobě, doprovází na každém kroku. Spoléháme se na předpověď počasí, kterou ráno v rychlosti shlédneme v televizi. Při cestě autem zapínáme rádio, abychom věděli o všech dopravních kolapsech, a zvolili si tak jinou cestu do práce. V novinách nebo na internetu pročítáme články o politice či sportu. Fotíme, natáčíme, nahráváme, voláme, sdílíme, vysíláme, odkazujeme, přijímáme – to vše za pomoci médií nebo mediálních produktů.

Mediální sféra je nepředstavitelně široká. Já jsem si pro zpracování své bakalářské práce zvolila jednu její část, která nás ovlivňuje (společně s internetem) nejvíce. Jedná se o televizi a televizní vysílání. Je nesmírně zajímavé sledovat, co divákovi jednotlivé televizní stanice nabízejí s ohledem na roční období, sváteční čas, víkend, pracovní týden, prázdniny a tak dále. Ve své práci jsem se zaměřila na nabídku pohádek a pohádkových příběhů, které nám jednotlivé stanice servírují hlavně během vánočních svátků. To je čas kdy se lidé na chvíli zklidní, zastaví a možná jsou i otevření některým morálním poselstvím, které nese každá pohádka.

Bakalářská práce je rozdělena na dvě části – teoretickou a praktickou. Cílem teoretické části práce je upřesnit, co je to rituál, proč je důležitý, kde se vzal a proč vůbec „nějaké“ rituály dodržujeme. Dále představím Vánoce jako jeden z důležitých rituálů, který má svá pravidla a tradici. Budu se věnovat tomu, jak se v průběhu let oslavy tohoto svátku mění, a jakou roli při tom hrají právě média. Zaměřím se i na rozdílné prvky oslav vánočních svátků u nás a v zahraničí. V závěru teoretické části představím televizi jako informační médium, které svým uživatelům přináší spoustu pozitiv, ale také různá negativa. Také objasním úzký vztah televizní obrazovky a vánočních svátků. Podrobněji se budu věnovat konkrétně České televizi. V souvislosti s Českou televizí vysvětlím princip duálního systému vysílání, činnost sdružení Asociace televizních organizací a další pojmy s tímto spojené. Vše ozřejmím pomocí užitých příkladů.

Cílem praktické části práce je analyzovat proměny programové skladby České televize na Štědrý den v průběhu let 1998-2013. Zaměřím se například na rok výroby, stopáž, tematiku, nebo četnost opakování nabízených pořadů a hlavně pohádek. Veškeré zjištěné výsledky budu konfrontovat s pracovními hypotézami, čímž získám dílčí závěry každého výzkumného problému.

Toto téma jsem si zvolila, protože si myslím, že právě prostřednictvím analýzy vánočního programového schématu naší veřejnoprávní televize se dají zjišťovat a porovnávat různé zajímavé proměnné, které jako běžní diváci nejsme schopni zaznamenávat. Jaké typy pohádek se na našem území natáčejí? Jaké nesou morální hodnoty? Nabízí Česká televize divákovi na Štědrý den příběhy spíše s vánoční tematikou? Jsou tyto pohádky české

výroby nebo zahraniční? Které z nich se reprízuji nejčastěji a které jsou mezi diváky nejoblíbenější? Tyto otázky jsou zodpovězeny v praktické části práce, společně s prezentací výsledků výzkumu, který byl prováděn hlavně formou analýzy dokumentů a pozorováním.

Propojením teoretické a praktické části práce vznikne komplexní pohled na proměny našeho pojetí a vnímání vánočních svátků. Tak jak se pozměňují tradice a způsob oslav Vánoc, mění se i nabídka mediálních obsahů. Média ovlivňují nás a my ovlivňujeme média.

1 CO JE TO RITUÁL A KDE SE VZAL

Na otázku *Co je to rituál?* není tak snadné odpovědět, názory se mohou různit člověk od člověka. Každý tento pojem chápe jinak, po svém. Někdo jako určitý zvyk, činnost, kterou opakujeme. Pro jiného to může být něco hodně starého, zakořeněného hluboko v nás, co dělá člověka člověkem.

Existuje bezpočet druhů rituálů a také způsobů jak je chápat. Určitý jednoduchý rituál dodržuje v podstatě každý člověk. Jedná se například o oblíbenou ranní kávu nebo čtení novin při snídani. Je pravděpodobné, že každý jedinec podobný rituál (třeba i nevědomky) pravidelně vykonává.

1.1 Definice a etymologie pojmu

Podle Českého etymologického slovníku je **rituál** ustálený, obřadně provedený úkon.¹ Slovo rituál je úzce spjaté se slovem **ritus**, které znamená posvátný řád, obřad, obyčej, způsob obřadu (určité církve), rituální.²

Jedna z definic popisuje rituál takto: „*Rituálem (z latinského ritualis - "týkající se ritu") nazýváme formálně závazný a podle předem daných linií probíhající obřad, který se vyznačuje vysokým symbolickým obsahem. Často je provázen jistými slovními formulacemi a/nebo gesty. Rituál může být spirituální, duchovní či náboženské povahy, může být také ale i světského charakteru (například rituál ukládání dítěte k spánku, specifický druh pozdravu, rodinný rituál společné večeře atd.).*“³

Podle definice Josepha Campbella je rituál „*to, co dává podobu lidskému životu. Rituál sahá až k samé podstatě existence. V náboženské atmosféře starověku ovlivňoval rituál všechny sociální aktivity. Dnes sice náboženská atmosféra vládne pouze při mimořádných a zvláštních „posvátných“ příležitostech, ale i tak rituál v našem profánním životě přežívá – pohledme například na královskou etiketu, armádní předpisy, ale i zásady stolování.*“⁴

Toto je potřeba si uvědomit. Rituál nemusí být nutně pouze obřadní, náboženská či jinak uniformní a hluboce vážná záležitost. Jak již bylo řečeno, celý náš život je protkán jednoduchými rituály, o kterých si třeba ani nejsme vědomy, že je dodržujeme.

¹ REJZEK, Jiří. *Český etymologický slovník*. 2., nezměn. vyd. Voznice: Leda, 2012, s. 569, ISBN 978-80-7335-296-7.

² Tamtéž, s. 569

³ BÍLÝ, Jan. O konstelacích: Přechodové rituály. [online]. [cit. 2013-12-31]. Dostupné z: <http://www.konstelace.info/prechodove-ritualy.html>

⁴ CAMPBELL, Joseph. *Mýty: [legendy dávných věků v našem denním životě]*. Překlad Vladimír Lechnýř. Praha: Pragma, 1998, s. 55, ISBN 80-720-5491-0.

Joseph Campbell ve své knize *Mýty* popisuje význam a důležitost rituálů. Porovnává předpoklady k rituálnímu chování u zvířat a u lidí. Na jedné straně obdivuje zručnost včel, mravenců a pavouků při stavbě jejich příbytků: „*Základním kamenem všech takových přírodních architektonických skvostů – ať už jde o úly, mraveniště či pavučiny – jsou dědičné schopnosti hluboce zakořeněné v buňkách a nervových systémech jednotlivých druhů.*“⁵ Na druhé straně popisuje lidskou bytost při svém příchodu na svět jako Platónova Tabula rasa (nepopsaný list, duše, člověk bez zkušeností). „*Lidský rod se vyznačuje tím, že spouštěcí akční mechanismy v jeho nervovém systému jsou v zásadě ‚otevřené‘, bez jednotné ‚šablony‘, a jsou tedy přístupné imprintingu ze společnosti, v níž jedinec vyrůstá. Základní šablony, které jsou ve světě zvířat biologicky dědičné, jsou v případě lidského druhu definovány z velké části sociálně, v období známém již dlouho jako ‚citlivá léta‘. Uznávaným a ve všech kulturách využívaným prostředkem tohoto identifikačního procesu je rituál. Mýty vnitřně podporují rituály a rituály zvenčí uzákoňují mýty.*“⁶

Je tedy zjevné, že s rituálem se setkává ve svém životě každý člověk. První taková zkušenost nastává hned po narození, během našeho vývoje v dospělou bytost. „*Absorpce mýtů své sociální skupiny a účastí v jejich rituálech se lidské mládě stává součástí svého sociálního prostředí a přírody jako takové a z předčasně zrozeného beztvareho produktu přírody se vyvíjí platný člen efektivně fungujícího společenského řádu.*“⁷ Právě proto je důležitost rituálů tak vysoká. Je to něco, co nás provází už od dětství, určuje to naši identitu a identitu kultury, do které patříme.

Zjednodušeně shrnuto, rituál (ať už náboženský nebo světský) je ustálený a opakovaný způsob jednání, podléhá určitému řádu a tradicím. Díky sociálnímu prostředí, ve kterém vyrůstáme, jsou rituály předávány napříč generacemi a nesou vysoký symbolický obsah.

⁵ CAMPBELL, Joseph. *Mýty: [legendy dávných věků v našem denním životě]*. Překlad Vladimír Lechnýř. Praha: Pragma, 1998, s. 55, ISBN 80-720-5491-0.

⁶ Tamtéž, s. 57

⁷ Tamtéž, s. 57

2 VÁNOCE JAKO RITUÁL

Vánoce jsou pravděpodobně nejvýznamnějším svátkem v roce a slaví je mnohé národy. Údajně vznikly z předkřesťanských oslav zimního slunovratu. Slovo Vánoce je dle některých pramenů zkomoleninou. Mělo by být odvozeno právě podle délky oslav slunovratu našimi předky. Ti ho slavili od 21. prosince do Nového roku, tedy dvanáct dnů. Ty měly být symbolem dvanácti nadcházejících měsíců. Svátkům zimního slunovratu se říkalo „čas o 12 nocích“, později „dvanáctnoce“, zkráceně „dvánoce“ a nakonec „vánoce“.⁸ Jiné prameny uvádí, že slovo Vánoce je převzato z německého *Weihnachten* a znamená svatá noc.

Vánoční čas začíná adventem. Toto slovo pochází z latinského „adventus“, což znamená příchod. V křesťanství je to doba očekávání příchodu Páně, narození Ježíše Krista. Advent zahrnuje čtyři neděle církevního roku a končí 24. prosince, dnem narození Páně. V historii byla adventní doba dobou postní, dobou střídmosti, provázena mnohými zákazy. Přesto měli lidé tento čas rádi. Během adventu mají svátek někteří významní svatí, například sv. Ondřej, sv. Barbora, sv. Mikuláš nebo sv. Lucie. Oslavami těchto svatých si lidé krátili dobu čekání a příprav na nejočekávanější svátek – Štědrý den.⁹

Ten je považován omylem za vrchol Vánoc, především nevěřícími. Podle křesťanského náboženství je nejvýznamnějším svátkem 25. prosinec, den narození Páně (také Boží hod nebo 1. svátek vánoční). Následující den, 26. prosince, se slaví svátek sv. Štěpána, občanský „2. svátek vánoční“. Vánoční svátky tradičně uzavírá 6. leden, křesťanská slavnost Zjevení Páně, nebo také svátek Tří králů. V tento den přišli do Betléma tři králové, kteří se poklonili narozenému Ježíškovi a přinesli mu dary.

2.1 Zvyky a tradice českých Vánoc

Vánoce v Česku jsou charakterizovány velice bohatými a hluboko zakořeněnými kulturními tradicemi. Společně s vývojem a technologickým pokrokem se vyvíjí i kultura a národní identita. Na příkladu oslav Vánoc je tento jev jasně viditelný. I tak si ale dnešní Vánoce zachovaly určité prvky z historie.

V minulosti byl nejvíce oslavovaným svátkem samozřejmě Štědrý den, tak jako dnes. Již od brzkého rána probíhali přípravy na štědrovečerní večeři. Zadělávala se těsta, pekli se chléb a koláče. Také se odlévaly svíčky a vyráběly drobné hračky ze sušeného ovoce a ořechů. Vybrané kusy zvířat byly poraženy a připravovány k večeři. Zbylá zvířata byla

⁸ ZÍBRT, Čeněk. *Veselé chvíle v životě lidu českého*. Vyd. 2. Praha: Vyšehrad, ISBN 80-702-1624-7.

⁹ HERYNEK, Petr. *České Vánoce*. 1. vyd. Praha: Grada, 2005. s. 10, ISBN 80-247-0760-8.

podarována ovocem nebo vánočním pečivem. Lidé uklízeli svá stavení i chlévy. V podvečer se jednotlivci i skupiny vydávali na koledu napříč vesnicí, někteří v maskách, jiní ne. Zpívali, přáli vše dobré a z každé chalupy se odnášeli drobný dárek, koledu. Jednalo se především o pečivo. Nejdůležitějším okamžikem dne byl sváteční okamžik zasednutí rodiny kolem prostřeného štědrovečerního stolu. Tradicí také byla půlnoční bohoslužba, na kterou se vydávala celá vesnice. Během mši se lidé modlili za nadcházející rok a hlavně zpívali písně, převážně o pastýřích, kteří první přispěchali do Betléma vzdát úctu narozenému Ježíšovi.

K Vánocům se pojí nejrůznější tradice, mezi které patří zejména vánoční stromeček, betlém (jesličky), bohatá výzdoba a koledy. Ze starších rituálů se v některých rodinách dodnes dodržuje například lití oliva a hádání budoucnosti, pouštění ořechových lodiček nebo rozkrajování jablek. Důležitou tradicí jsou vánoční dárky, které pod stromeček nosí Ježíšek. Ten je v českém prostředí přijímán jako jediný dárce. Má podobu nemluvněte nebo malého chlapce. Je něžný a laskavý. Pomocníky mu jsou malí okřídlení andělci. V minulosti byl představován jako chlapec s koníkem nebo oslíkem, který rozváží dárky od jednoho domu ke druhému. Později se objevoval Ježíšek na saních tažených koňmi, v současnosti převládá právě představa nemluvněte doprovázeného andělíčky.¹⁰

Současná podoba Vánoc se od těch dřívějších v mnohém liší, ale stále má své kouzlo a je pro každou rodinu důležitým rituálem. Přípravy probíhají taktéž od rána, připravuje se tradiční bramborový salát, obaluje kapr nebo řízky, děti zdobí vánoční stromeček. V čase oběda někteří navštěvují své příbuzné, jiní celý den poctivě dodržují postní tradici a doufají, že večer uvidí zlaté prasátko. V žádné domácnosti nesmí chybět vánoční cukroví nebo vánočka. Tradiční jsou také zdobené medové perníčky. Obývací pokoje jsou ozdobeny svícny z jablek nebo oříškových skořápek, jmelím, na stole hoří poslední svíčka adventního věnce a byt je provoněný svařeným vínem nebo purpurou.

I v době dnešních moderních Vánoc je nejslavnostnější chvílí štědrého dne zasednutí k večeři. Je to důležitý mezník v průběhu předvánočních a vánočních událostí. V tu dobu se mění vztah „genderových kompetencí“.¹¹ Zatímco v průběhu dne se o chod domácnosti a nejdůležitější práce staraly hlavně ženy, slavnostní a obřadní úlohu při zasedání ke štědrovečerní večeři přebírají převážně muži. K slavnostní tabuli se také váží různé zvyky. Například by nikdo neměl odcházet od stolu, dokud všichni nedojedí a večeře není u konce. Údajně by totiž takové chování mohlo vystrašit Ježíška, který, zatímco celá rodina večeří, naděluje pod stromeček dárky. Jiná tradice praví, že od stolu může vstát pouze hospodyně. U stolu by měl vždy sedět sudý počet lidí. Jiný zvyk ukládá hospodyně prostřít jeden prázdný talíř navíc, pro blízké mrtvé anebo náhodné pocestné. Další tradicí je

¹⁰ VEČERKOVÁ, Eva a Věra FROLCOVÁ. *Evropské Vánoce v tradicích lidové kultury*. Vyd. 1. V Praze, 2010, s. 296, ISBN 978-807-4290-060.

¹¹ Tamtéž s. 47

například pokládání kapřích šupin pod talíř, ty mají přinést v následujícím roce rodině dostatek peněz.

Po večeři všichni čekají na zvuk zvonečku, který je symbolickou pozvánkou k vánočnímu stromečku pod kterým už čeká nadílka. Štědrý večer uzavírá Půlnoční mše, kterou navštěvují zejména věřící, ale i velké množství nevěřících.

2.2 Vánoční zvyky v zahraničí

Každý národ má odlišnou kulturu a tedy i odlišné tradice. Rozdíly lze pozorovat v průběhu celého roku. Každá země drží jiné svátky, protože pro každou danou kulturu jsou důležité rozdílné hodnoty. V případě Vánoc se ale tato různorodost poněkud stírá, tento svátek se slaví v různých obměnách téměř po celém světě.

2.2.1 Německo

Vánoce v Německu jsou v mnohém podobné našim českým Vánocům. Tradicí je krásně nazdobený vánoční stromeček, nejčastěji jedlička, na kterou Němci věší buďto sušené ovoce a cukroví, malované skleněné ozdoby, zářivé svíčky nebo ozdůbky ve tvaru zvířat, ježíšků či mochromůrek. Vánoční stromeček se údajně poprvé objevil právě v Německu, ale ještě neozdobený. Do tamní vánoční domácnosti patří i jesličky. Stejně jako u nás, i v Německu slaví a odpočítávají čtyři adventní neděle, které symbolizuje další tradiční ozdoba – adventní věnec ze šišek nebo chvojí se čtyřmi svíčkami. Dárky dětem naděluje Christkind neboli Ježíšek. Zejména v severních oblastech se zachoval vznešený Weihnachtsmann, který má dlouhý plášť s kapucí a zrzavé vlasy i vousy, a cestuje na divokém větru.

V Německu na štědrovečerní stůl servírují nejčastěji párek s bramborovým salátem. Spousta domácností ale připravuje úplně jiná jídla. Například pokrmy z ryb, jako jsou pečená štika, candát na roštu, plněný kapr a podobně. Dále také pečená husa nebo kachna s červeným zelím a bramborovým knedlíkem s jablky a slaninou. V určitých částech Německa se podává tzv. konšelská mísa, která se skládá z kousků vepřové pečeně, kachny, husy, krůty, uzeného masa a ze smetanových klobás. Jako dezert se často podává jablečný závin, do kterého se přidávají kompotované třešně. Nikde ale nechybí vánoční máslová štola s rozinkami, mandlemi a kandovaným ovocem.

Vyhlášené jsou německé Vánoční trhy. Ty začínají již v pondělí před první adventní nedělí. Nejen Němci, ale i spousta návštěvníků z ciziny nakupuje dárky, obdivuje ruční práce a především si užívá vánočních dobrot nabízených u tamních stánků. Mezi

nejoblíbenější patří "Glühwein" (svažené víno) a "Feuerzangenbowle" (punč z vína, rumu, nakrájených pomerančů, citrónů, cukru).¹²

2.2.2 Velká Británie

Stejně jako u nás, i ve Velké Británii je stěžejním prvkem vánočních oslav bohatě nazdobený stromeček. Dárky pod něj přináší Santa Claus, dobrosrdečný bělovousý pán v červeném kabátku. Přijíždí v noci za 24. na 25. prosince na saních tažených devíti létajícími sobi. Saně nejčastěji zaparkuje na střeše a dovnitř do domu se protahuje komínem. Kromě sobů má Santa ještě další pomocníky. Jsou to nejčastěji skřítki, kteří mu doma v dílně na Aljašce pomáhají dárky vyrábět.

Britské děti si rozbalují dárky 25. prosince ráno. Večer před tím připravují pro Santu Clause sušenky a sklenici mléka a pro jeho soby mrkev. Samy následující den se svými rodiči večeří nejčastěji nadívaného krocana s brusinkovou omáčkou a jako dezert puding. Ten ale vůbec není takový, jako známe u nás. Je připravovaný s předstihem z mnoha druhů různých surovin a Čechům moc nechutná. Dalším tradičním vánočním jídlem je například pečené jehněčí s mátovou omáčkou nebo losos. Nejoblíbenějším cukrovím jsou ve Velké Británii tzv. mince pie, malé koláčky nejčastěji plněné ovocnou zavařeninou.

Tradiční vánoční ozdobou a také zábavou jsou ve Velké Británii tzv. cracker, tedy kreky. Jedná se o velké leskle papírové ruličky ve tvaru bonbonů, které jsou součástí prostření slavnostní tabule. Kreky se jim říká proto, že při roztržení vydávají křupavé zvuky. Každý si tak po večeři svůj krekr roztrhne a uvnitř objeví malý dárek. Nejčastěji je to papírová koruna nebo jiná drobnost. Zvláště děti tuto tradici milují.¹³

2.2.3 USA

Vánoce v USA údajně probíhají přesně tak, jak známe z veselých amerických komedií. Základem ve většině domácností je bohatě nazdobený vánoční stromeček. Čím větší, tím lepší. Také domy a zahrady bývají v USA řádně ozdobeny, na náš vkus možná až příliš přehnaně. Jsou zdobeny jemlím, větvičkami stromů, bonbony a kýčovitými postavičkami Santa Clause. Ročně v USA za výzdobu utratí v přepočtu 120 miliard Kč. Američané se na svátky připravují dva až tři týdny před Štědrým dnem. Ten slaví ráno 25. prosince, kdy hned po probuzení, často ještě v pyžamech, rozdávají a rozbalují dárky. Ty jim nosí stejně jako ve Velké Británii Santa Claus a naděluje jim je buďto pod stromeček nebo do punčoch pověšených nejčastěji u okna nebo u krbu.

¹² Světadíly.cz. [online]. [cit. 2014-01-10]. Dostupné z: <http://nemecko.svetadily.cz/clanky/Jak-se-slavi-Vanoce-v-Nemecku>

¹³ Vanocevesvete.com [online]. [cit. 2014-01-10]. Dostupné z: <http://www.vanocevesvete.com/usa.php>

Celý štědrý den se nese v duchu vánoční nálady a je završen slavnostní večeří. Tradičním vánočním jídlem je v USA pečený krocan se zeleninou a omáčkou. Jako dezert se podává ovocný vánoční pudink (zcela odlišný od toho, který známe u nás) s koňakovou polevou.

Ryze americkou tradicí, která se u nás nevidí, jsou profesionální Santa Clausové. Jsou k vidění v restauracích, na ulicích ale především v nákupních centrech. Napříč celými Spojenými státy si údajně lze pronajmout cca 20 000 Santa Clausů. Ti nejsou jen tak obyčejní, po celý rok prochází školením, jak si zachovat radostnou tvář i při vánočním stresu.¹⁴

2.3 Proměny Vánoc

Lidstvo se vyvíjí a s ním i jeho tradice a rituály. Nejvýznamnější svátek roku se postupně proměnil z křesťanského projevu lidové víry, obřadnosti a myšlenky posvátného zrození na svátek sociálních a kulturních hodnot, na svátek rodiny a lásky.

Vánoce jsou především připomínkou pospolitosti. Tu cítíme při každodenním styku s lidmi, kteří vdechují stejnou vánoční atmosféru jako my a podobně jako my se na Vánoce připravují. Vánoce podporují lidskou vzájemnost, důrazněji než jiné dny v roce připomínají důležitost sociálních vazeb člověka. V případě konfliktů a rozporů v osobních vztazích se objevuje potřeba odpuštění. Vědomí pospolitosti vede k tomu, že při oslavách myslíme na ty, kteří slaví Vánoce jinde nebo jinak, a především na ty, kteří je z různých důvodů slavit nemohou. Jsou to svátky připomínající hodnotu domova, obzvlášť ideál domova vyznačující se jistotou a bezpečím. Čím vzdálenější a nedostupnější je domov, tím větší je stesk po něm.

K nejtypičtějším znakům Vánočních svátků patří touha obdarovat své blízké. „Protiklad obdarovávat a být obdarován je paralelou protikladu milovat a být milován.“¹⁵ Dárky tedy dáváme lidem, ke kterým máme hluboký citový vztah a stejné chování očekáváme od nich. V současné době jsou ale dary spíše nositeli vysoké materiální a peněžní hodnoty, spíše než vyjádření ‚mám tě rád, záleží mi na tobě, chci ti udělat radost‘. Také frekvence darů je v pojetí moderních Vánoc mnohem vyšší, než tomu bylo v minulosti.

Naše doba je dobou spěchu. Každý člověk spěchá, vědomě či nevědomě, přenáší nápady, peníze, věci, problémy, radosti i strasti. Právě během Vánoc nastává doba, kdy i ten neuspěchanější člověk na chvíli zvolní, pozastaví se. I proto jsou Vánoce tak důležitým rituálem. Oslavují rodinu, lásku a pomalý čas.

¹⁴ *Vanocevesvete.com* [online]. [cit. 2014-03-10]. Dostupné z: <http://www.vanocevesvete.com/usa.php>

¹⁵ FROLEC, Václav. *Vánoce v české kultuře*. Vyd. 3. V Praze: Vyšehrad, 2001., s. 324, ISBN 80-702-1511-9.

3 MÉDIA ZE VŠECH STRAN

Pojem médium je dosti široký a dá se chápat z různých úhlů. Může být označením pro člověka-prostředníka, zejména při náboženských rituálech a setkáních. Dalším významem je médium jako hromadný sdělovací prostředek. Také může být označením pro knihu, písničku, DVD, video, fotografii, propagační leták, e-mail, nahrávku nebo prezentaci.

3.1 Hromadné sdělovací prostředky a mediální komunikace

Hromadné sdělovací prostředky, masmédia nebo hromadná média – to vše jsou momentálně nejčastější označení pro televizi, tisk, rozhlas a internet. Heslo masová média (z angl. *mass media*) znamená podle Českého etymologického slovníku právě ‚hromadné sdělovací prostředky‘, což je pojem, který se v dnešní době používá hojněji než zastaralejší ‚masová média‘. Má úzký vztah se slovy ‚masa‘ (z lat. *massa*) a ‚médium‘ (z lat. *medium*), kde masa znamená ‚tvárná hmota, množství lidí‘ a médium ‚prostředník, sdělovací prostředek, střed.‘¹⁶

Podle Musila se: *„termín médium používá jako souhrnné označení technických prostředků a sociálních systémů sloužících hromadné komunikaci (tisk, rozhlas, televize, internet, film, video, nejrůznější zvukové záznamy, domácí kino, multimédia apod.). Rozumí se jím tedy jak technický prostředek, tak i příslušná komunikace.“*¹⁷

Mediální komunikace je charakterizována technickou zprostředkovaností. Média jsou tedy oním prostředníkem, který zpřístupňuje publiku rozsáhlé symbolické obsahy (hudba, obrazy, slova atd.). Pomocí technik kolektivního šíření předávají informace velkému množství recipientů. Typický je strukturovaný předěl mezi produkcí informace (redaktoři) a příjmem (publikum). Tyto dvě strany spolu vzájemně komunikují, ale nic o sobě nevědí, figuruje tu naprostá anonymita. Mediální komunikace je institucionalizovaná – redaktoři berou plat za to, že veřejnost informují. S tím souvisí komodifikace informací, tedy jejich zpoplatnění, informace se stávají vyhledávaným zbožím. Nastává tedy právě ta situace, kterou definoval americký sociolog Daniel Bell v roce 1973 - postindustriální informační společnost bude podle Bella mít těžiště především ve znalostech a vědění a přístup k informacím bude hrát typově stejnou roli jako v industriální společnosti hmotné statky a výrobní prostředky.

¹⁶ REJZEK, Jiří. *Český etymologický slovník*. 2., nezměn. vyd. Voznice: Leda, 2012, s. 569, ISBN 978-80-7335-296-7.

¹⁷ MUSIL, Josef. *Elektronická média v informační společnosti*. Praha: Votobia, 2003, s. 23, ISBN 80-722-0157-3.

3.2 Druhy médií

Média se dají rozdělit do několika skupin dle jejich společných rysů. Tradičně je známo rozdělení na horká a chladná média a na tisková a elektronická.

Pojmy horká a chladná média zavedl kanadský filosof Marshall McLuhan. Dle něj se dají média jasně rozdělit do těchto dvou kategorií podle toho, jaké množství informací příjemci podávají a jak moc se musí sám příjemce na podávání těchto informací podílet. Zavedl termíny „vysokodefiniční“ a „nízkodefiniční“ média, přičemž vysokou definici prezentuje jako stav naplněnosti daty. Dle McLuhana je například telefon chladné médium, jelikož ucho dostává jen malé množství informací. Stejně tak definuje i řeč, protože posluchač dostává tak málo a tolik si toho musí sám doplnit. Do opozice pak staví horká média, jako například rozhlas nebo televize. Ta nemusí příjemce v takové míře zaplňovat nebo doplňovat. *„Pro horká média je tedy charakteristická nízká participace, zatímco chladná média vedou posluchače k vysoké míře participace a doplnění.“¹⁸*

Častější způsob je rozdělení na tisková a elektronická média. Mezi tisková média patří například noviny, časopisy, knihy, letáky nebo mapy. Tisková média se dále dělí na periodická a neperiodická. Podle zákona 46/2000 Sb. jsou periodickým tiskem noviny a jejich různé modifikace jako deníky, poledníky, večerníky, dále časopisy a jiné tiskoviny vydávané pod stejným názvem, se stejným obsahovým zaměřením a v jednotné grafické úpravě nejméně dvakrát v kalendářním roce. Neperiodickým tiskem jsou podle zákona 37/1995 rozmnoženiny literárních, vědeckých a uměleckých děl určené k veřejnému šíření, které jsou vydávány jednorázově, popřípadě nejvýše jednou ročně anebo po částech i častěji, tvoří-li obsahově jeden celek. V tomto smyslu jsou nejznámějšími představiteli neperiodického tisku knihy.

Tištěné slovo pomalu vytlačují elektronická média, která stále nabývají na síle. Dle Musila se mezi elektronická média řadí zejména rozhlas, televize a internet. Mezi hlavní aspekty elektronických médií patří:

- *záměrné a systematické sestavování programu určeného pro větší množství recipientů (posluchačů, diváků);*
- *šíření signálu (různého typu a různými cestami) nesoucího obsah vysílání z jednoho bodu k většímu množství konečných recipientů (point-to-multipoint = jeden k mnoha) jako hlavní znak odlišující tradiční vysílání od telekomunikací;*

¹⁸ MCLUHAN, Marshall. *Jak rozumět médiím: extenze člověka*. 2., rev. vyd. Překlad Miloš Calda. Praha, 2011, s. 36, ISBN 978-80-204-2409-9.

- *možnost současného příjmu a vnímání obsahu vysílání větším počtem recipientů.*¹⁹

3.2.1 Tisk

Tisk je nejstarší hromadné médium. Po dlouhou dobu byl oblíben zejména pro svou aktuálnost, periodicitu a určitou nezpochybnitelnost (co je psáno, to je dáno). Nejdříve byl výsadou vysoké vrstvy, po jeho hromadném rozšíření byl k mání i pro střední vrstvu a nakonec pro davu, masu. Dalo by se říci, že ranní noviny nahradily lidem ranní modlitbu. Umožnily také vzdělanost nižších vrstev. Tištěné slovo na papíře je stabilní a zároveň abstraktní. Čtenář musí vyvinout určitou aktivitu k pochopení článku, může nad ním hloubat, utváří si vlastní názory. Noviny přinesli nárok na intelektuální aktivitu, kritičnost, podnítily rozvoj vědy a vzdělání.

Tištěná média se tradičně rozdělují na periodická a neperiodická, v závislosti na četnosti a pravidelnosti jejich vydávání. Nejvýznamnějšími zástupci v kategorii periodických tištěných médií jsou noviny a časopisy. Časopisy klasicky vychází ve větších periodách a tak mají tvůrci větší odstup od událostí. Mohou tedy být kritičtější a analytičtější, mají více prostoru k rozebrání tématu. U kvalitních časopisů je možné počítat s hlubším, promyšlenějším pohledem, protože jsou specializovanější. Některé odborné výtisky se svým zacílením přibližují ke knihám. Oproti tomu noviny jsou univerzální, tisknou se ve velkém nákladu a mají pokrýt široké pole čtenářů. Mezi neperiodické tiskoviny se řadí například knihy nebo letáky.

Tištěné slovo je dnes na ústupu, jeho žezlo přebírá hlavně televize. Na druhou stranu vzniká symbióza tisku s internetem. Každé noviny mají svojí webovou mutaci a některé fungují pouze v internetové podobě. Stávají se tak ještě více aktuální a dostupné.

3.2.2 Rozhlas

Dalším zástupcem hromadných sdělovacích prostředků je rozhlas. Po jeho masovém rozšíření ve 30. letech 19. století se stal velmi oblíbeným a vyhledávaným. V kontextu historických událostí jde o nejvýznamnější médium.

Rozhlas má oproti tisku tu nevýhodu, že je auditivní. Klade vysoké nároky na paměť a pozornost, nedokonale koncentrovaný člověk často získá jen útržkovité informace. Rozhlas pro většinu posluchačů plní funkci kulisy. Posloucháme ho při jiných činnostech, tím dochází k rozdrobení pozornosti, obsah sdělení nám uniká. S nástupem televize a

¹⁹ MUSIL, Josef. *Elektronická média v informační společnosti*. Praha: Votobia, 2003, s. 24, ISBN 80-722-0157-3.

internetu musel projít určitou proměnou i rozhlas. Ubývá mluveného slova, vše musí být akční a zábavné. Jednotlivé stanice se snaží přizpůsobit publiku, v jejich vysílání se objevuje více a více hudby. Informace jsou zkracovány, dochází k jejich trivializaci (podobně jako v TV).

3.2.3 Kino, film

Kino je na rozdíl od divadla hromadným médiem. Hodně se liší od ostatních hromadných médií, protože mu chybí periodicita a základní informační funkce. Primárně je to obrazové médium, s doplněním zvuku a nejnověji také dalších efektů, jako jsou vůně, pohyblivé sedačky apod. Kino a film - to je především průmysl, ve kterém jde hlavně o zisk. Filmová tvorba není primárně o informacích, je to monotematický celek, podobně jako kniha. Film potřebuje oproti periodickým médiím silnou reklamu. Většinu filmů dnes vidíme v televizi, tato dvě média jsou spolu neodmyslitelně spjata. Oproti televizi, která je opravdu masovým médiem pro každého, mají kina (a samozřejmě i jednotlivé filmy) specifické publikum. To se dá rozdělit do jasně vyhraněných skupin, např. skupinky přátel, milenecké páry, rodiči s dětmi atd. Film v kinech začínal jako cirkus, senzace, šou. Později se vyvíjel k uměleckému filmu, kultuře. Další proměna byla od umění k Hollywoodu a následně film sloužil také k propagandě. Dnes plní hlavně zábavní funkci a slouží jako místo setkávání, zejména mladých lidí. Ve srovnání s televizí jsou v kině lidé daleko více vtaženi do komunikačního procesu – zhasne se a všichni koukají jen na film, jsou pohlceni dějem. V šatně necháváme s kabátem své sociální role.

3.2.4 Internet

Internet se řadí mezi tzv. nová média. Je charakterizován zejména interaktivitou, kterou v podobné šíři žádné jiné médium nenabízí. V internetovém prostředí má každý možnost být novinářem, oproti tomu např. do televize se běžný člověk nedostane. Spousta uživatelů se tak snaží o participaci, každý se chce dostat do veřejného prostoru. Výrazným rysem je okamžitost a z ní vyplívající tlak na novináře i politiky. Nejdůležitější je rychle reagovat a veškeré informace co nejrychleji zpracovávat. Důležitá je také vizuálnost, vše musí být názorně a přehledně zpracováno. S internetem je často spojován pojem demasifikace. Uživatelé tohoto média nejsou beztvorou masou, mění se, mohou se více specializovat, nacházet v internetovém prostředí rozdílné informace, nové pospolitosti. Vzniká tak obrovský prostor pro veřejné diskuse, kde si uživatelé vyměňují názory a zkušenosti. S tím ale souvisí ztráta bezprostředních vztahů, minimalizuje se interpersonální komunikace.

Média strukturují a mění povahu našeho času a prostoru – diskutujeme s lidmi z druhého konce světa a ihned se dovídáme, co se tam děje. Někteří sociologové připisují médiím (a hlavně internetu) ztrátu pomalého času – ten co strávíme s blízkými lidmi, v přírodě, s rodinou. Dalším negativem je podpora zločinu. V internetovém prostředí je snadné a běžné porušování autorských práv, mystifikace, žebrání, pedofilie, pornografie atd. Diskutuje se i o podporování exhibicionismu, v souladu s krédem „Být, znamená být vnímán.“, tedy kdo není viděn, ten neexistuje.

Na druhou stranu internet přináší i spoustu pozitiv, např. co se týče vzdělávání. Nemusíme trávit celé dny v knihovnách marným hledáním určitých publikací. Je možné si je z domova vyhledat v katalozích knihoven, zarezervovat, případně objednat jejich doručení na určitou pobočku. Nebo si knihou listovat rovnou v elektronické podobě. V prostředí internetu jsme schopni si sami vyhledat spoustu užitečných informací, musíme se ale umět orientovat v dobrých zdrojích. Další výhodou jsou např. elektronické nákupy, elektronické bankovníctví, rychlá komunikace pomocí e-mailu nebo skypu, velká on-line úložiště pro naše data atd. Internet může prohloubit naše znalosti o řadě věcí, ale velice záleží na tom, jak se budeme ptát a jakým stylem budeme požadované informace vyhledávat. Při využívání internetu musíme být určitým způsobem inteligentní.

3.3 Média – naši přátelé nebo protivníci?

Jak již bylo řečeno v úvodu, média nás provází na každém kroku. Není proto divu, že se dostala pod drobnohled odborníků a jsou častým předmětem jejich výzkumů. Do dnešního dne bylo publikováno bezpočet prací, které odhalují a popisují účinky médií na děti i dospělé, dopad jejich nadměrného užívání (sledování), jejich moc ovlivňovat náš úsudek.

Podle Říčana a Pithartové nám média dodávají duševní potravu, která nám může prospívat i škodit. Média jsou pro nás čím dál více dostupná a přitažlivá. Už nenabízí pouze slova natisknutá na papíru nebo zvukové stopy. Moderní média spojují toto všechno dohromady, nabízí nám pestrobarevné vizuály, širokoúhlé záběry, podmanivou hudbu a stereo zvuk zároveň. V televizi máme stále více kanálů a můžeme si libovolně vybírat. Svět seriálů a počítačových her nám nabízí virtuální realitu, kterou často žijeme raději než vlastní život. Když uvážíme všechny tyto znaky, nemůžeme se divit, že trávíme před obrazovkou (televizní, počítačovou, ale dnes už i před displeji chytrých telefonů a tabletů) stále více a více času. Ztrácíme tak postupně svůj vlastní svět a žijeme v syntetickém světě médií.²⁰

²⁰ ŘÍČAN, Pavel a Drahomíra PITHARTOVÁ. *Krotíme obrazovku: jak vést děti k rozumnému užívání médií*. Vyd. 1. Překlad Miloš Calda. Praha: Mladá fronta, 1995, s. 12, ISBN 80-717-8084-7.

3.4 Televize

Televize je archetypální médium, všechny základní rysy jsou v největší možné míře zkoncentrovány v televizi. Když se mluví o médiích, vždycky se mluví hlavně o televizi. S příchodem televize se změnil způsob života. Nastala proměna volného času, jelikož lidem odpadla celá řada aktivit, za všechny jmenujme např. četbu. Naopak podnítila aktivity jiné, například turistiku nebo cestování (podle oblíbených cestovatelských pořadů). Objevuje se blízká souvislost televize a četby – natáčení filmů podle knih, psaní knížek podle seriálů, atd.

Sociologové hojně diskutují negativní dopady nadměrného užívání televize. Varují, že divácký postoj („pohovkový strategové“) mění pohled na reálný svět. Neláká nás nechat se vtáhnout do veřejného života, spíš naopak. Jsme vytrhávání z našich lokalit – máme přátele z druhého konce světa, nebo dokonce imaginární přátele – postavy ze seriálů, ale své sousedy neznáme. Ztrácíme celkově kontakt s realitou, žijeme v jiné realitě zprostředkované médii. Televize je náš rádce. Spolehlivě nám napoví, co máme v jaké situaci dělat, jak budovat vztahy, co jíst, atd.

Televize není jen zprostředkovatelem informací, je naší součástí. To samé platí i pro internet. Máme falešný pocit svobody – můžeme si vybrat na co se dívat. Ale ve skutečnosti je spousta pořadů stejná, stále dokola využívající stejných prostředků, akorát v trochu odlišném kabátu. Kolem televize se vine běžný život – hádání se o politice, obědvání či žehlení u televize, nadávání vystupujícím na obrazovce, uspávání dětí při večerníčku, vaření podle televizních šou a podobně. V extrémním přirovnání je televize náš kamarád, jeden ze členů rodiny.

Televizní publikum začíná být čím dál více homogenní. Řada lidí sedá k obrazovce, protože chtějí strávit večer bez jakékoliv motivace (např. oproti kinu, za které musíme zaplatit, musíme se tam dopravit atd.). Televizní publikum jsou hlavně nevýběroví konzumenti. Jejich cílem je nechat se bavit a hlavně vyplnit si sledováním obrazovky svůj volný čas. Konzumuje tak masovou kulturu, kterou lze podle Denise McQuaila popsat pomocí šesti základních znaků jako: netradiční, neelitní, masově produkovanou, populární, komercializovanou a homogenizovanou.²¹

Televize vtahuje diváka do děje, a ten nemusí být příliš aktivní (na rozdíl od četby novin nebo poslechu rozhlasového zpravodajství). Podle francouzského sociologa Pierra Bourdieu televize otupuje smysl pro souvislosti, jelikož musí pořád vzbuzovat dojem. Podává informace krátce, svižně, atraktivně, zjednodušeně. Snaží se nezatěžovat diváka. Degraduje skutečnost, vše trivializuje, najednou je důležitější, jak politik vypadá, než co říká. Bourdieu označuje televizi jako pouhý prostředek zábavy. V televizi se vše mění

²¹ MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Vyd. 1. Praha: Portál, s. 144, ISBN 80-717-8200-9.

v zábavu – politika, vzdělávání, atd. Přemíra obrazu nás odnaučuje analytickému myšlení. Vytěsňuje se myšlení ve prospěch vidění. V televizi jde především o současnost („tady a teď“, „právě teď“ – přehlíží tím význam paměti). Nechce klást nároky na diváky, jen je bavit. Televize je důležitá hlavně pro starší lidi, kterým často nahrazuje skutečné sociální vztahy.²²

Televizi, snad ještě více než internet a další média, musíme užívat s určitou inteligencí a hlavně s mírou. Přináší nám spoustu informací, zajímavostí, podněcuje naši zvědavost a touhu po vědění. Určitým způsobem rozšiřuje okruhy našeho vědění, i když pouze povrchově. Má spoustu pozitiv, ale s nimi jdou ruku v ruce další negativa, nejen ta výše zmíněná. Stačí si vzpomenout na tolik diskutované zobrazování násilí nebo sexuality v médiích, přístupnost určitých pořadů a podobně. Každý jedinec by si měl tedy sám za sebe zodpovědně rozmyslet, jakým pořadům a v jaké míře bude věnovat svou pozornost. Za děti by tuto úlohu měly plnit rodiče, ale ne vždy tomu tak bývá. Proto by bylo ideální, v současné „mediální společnosti“ už spíše nutné, prosadit zařazení mediální výchovy do učebních osnov základních škol.

²² BOURDIEU, Pierre. *O televizi: O televizi*. V nakl. Doplněk 1. vyd. Brno: Doplněk, 2002, 103 s. ISBN 80-723-9122-4.

4 ČESKÁ TELEVIZE

Tato kapitola se věnuje všeobecným údajům o České televizi, dále pak představuje Asociaci televizních organizací a její hlavní činnost. V závěru popisuje hlavní typy programových schémat.

4.1 O České televizi

Česká televize byla zřízena ke dni 1. ledna 1992 zákonem o České televizi jako televize veřejné služby, nebo také veřejnoprávní televize. Je to samostatný subjekt nezávislý na státním rozpočtu a je financována z televizních poplatků a zákonem vymezené podnikatelské činnosti. Televizní poplatky jsou rozhodujícím zdrojem příjmů, podnikatelská činnost (reklama, sponzoring aj.) jsou doplňkovým zdrojem příjmů.

Statutárním orgánem České televize je generální ředitel jmenovaný Radou České televize na šestileté období. Od října roku 2011 je generálním ředitelem ČT Petr Dvořák, který dříve působil jako generální ředitel komerční televize Nova. Kontrolním orgánem ČT je Rada České televize, která má 15 členů. Je volená Poslaneckou sněmovnou Parlamentu ČR na 6 let, s dvouletou obměnou jedné třetiny členů.

Naše veřejnoprávní televize se skládá ze tří organizačních částí - ČT v Praze, Televizní studio Brno, Televizní studio Ostrava.

Česká televize vysílá celoplošně, 24 hodin denně na šesti televizních programech. Těmi jsou dva plnoformátové kanály ČT1 a ČT2, zpravodajský kanál ČT24, sportovní kanál ČT sport, a dětský kanál ČT:D, který se střídá s kulturním ČT art.²³

Hlavním úkolem České televize je tvorba televizních programů a jejich vysílání prostřednictvím zemských vysílacích zařízení a jiných technických prostředků. Touto činností, jakož i výrobou televizních pořadů, popřípadě dalšími činnostmi, poskytuje službu veřejnosti a přispívá k rozvoji kultury. ČT jako veřejnoprávní televize by měla dodržovat nezávislost a dbát na kvalitu naplňování veřejné služby. Měla by být „televizí pro každého“, musí vysílat pro menšiny volbou či osudem.²⁴

4.2 Asociace televizních organizací

Česká televize je členem sdružení Asociace televizních organizací (ATO). „Předmětem činnosti sdružení je ochrana a realizace společných zájmů členů sdružení spočívající zejména v zajišťování společného elektronického měření sledovanosti televize v České republice metodou TV metrů (projekt elektronického měření dále jen "PEM"), v obchodním

²³ Vše o ČT. In: [online]. [cit. 2014-02-04]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/>

²⁴ Česká televize. In: [online]. [cit. 2014-03-04]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/adresar/ceska-televize/>

využívání výsledků PEM, v propagační a reklamní činnosti, vydavatelské a nakladatelské činnosti, dále vypracovávání analýz a projednávání technicko-standardizačních a legislativně-právních a souvisejících opatření v oblasti provozování vysílání, které jsou ve společném zájmu členů a samoregulační činnost.²⁵ Hlavní činností sdružení ATO je tedy peplemetrové měření, které pro určování sledovanosti používají všechny velké české televizní společnosti (ČT, FTV Prima, CET21 – Nova) a některé menší (Óčko, Barrandov). „Peplemetr nebo také TV metr, je zařízení, pomocí kterého zjišťujeme, kdo se kdy na co dívá v televizi. Je to taková krabička, která je napojená na televizi a průběžně odesílá data o tom, jaký program v televizi běží a kdo je v tu danou chvíli u televizního vysílání přítomen. V Česku má doma peplemetr přes 4 tisíce lidí.“²⁶ Na stránkách www.peplemetry.cz dále popisují přínos peplemetrů a důvody měření sledovanosti takto: „Televizní sledovanost je v podstatě měřítkem úspěšnosti televizních stanic a zjišťuje se ve všech vyspělých zemích po celém světě. Informace o sledovanosti využívají samotné televizní stanice, aby věděly, jak byl ten který pořad úspěšný, nebo pro plánování toho, kdy mají jaký program vysílat. Dosažení vysoké sledovanosti ospravedlňuje i nákup vysílacích práv k dražším filmům, pořadům nebo sportovním přenosům. Sledovanost dále zajímá ty, kteří kupují nebo prodávají televizní reklamu.“²⁷

Nejčastější ukazatele, které peplemetry měří, se nazývají rating a share. Rating (sledovanost) udává procento lidí z cílové skupiny, kteří živě sledovali průměrnou sekundu daného časového úseku televizního vysílání na daném kanálu. Výsledky se uvádějí v procentech. Rating vyjadřuje, kolik procent lidí z cílové skupiny se v průměru na vysílání dívalo. Určuje počet lidí sledujících určitou stanici. Vztahuje se obvykle k pořadu nebo k časovému úseku. Existuje ještě pojem rating v tisících, který symbolizuje průměrný počet osob z cílové skupiny v populaci, které živě sledovaly průměrnou sekundu daného časového úseku televizního vysílání na daném kanálu.²⁸

Share (podíl na publiku) je podíl živé sledovanosti daného kanálu na celkové sledovanosti v daném časovém úseku. Udává se v procentech. Share udává podíl stanice na celkovém odsledovaném čase na všech stanicích. Vyjadřuje podíl času, který průměrně odsledovali diváci na daném kanálu během daného časového úseku, vzhledem k celkovému odsledovanému času.²⁹

Oba ukazatele se nejčastěji sledují ve skupinách obyvatel starších 15 let, tedy skupina 15+. Existují ale i měření pro skupiny 4+, 4-14, 15-54 a podobně. Zpracovaná data mají nejčastěji podobu žebříčků nebo koláčových grafů.

²⁵ Co je to ATO. [online]. [cit. 2014-02-04]. Dostupné z: <http://www.ato.cz/co-je-to-ato/poslani>

²⁶ Co to je peplemetr a k čemu slouží?. [online]. [cit. 2014-02-04]. Dostupné z: <http://www.peplemetry.cz/>

²⁷ Tamtéž

²⁸ TABERYOVÁ, Kristina a Jan KÁLAL. Jak se z diváka dělá koláč. In: [online]. [cit. 2014-02-04]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/jak-se-z-divaka-dela-kolac/>

²⁹ Tamtéž

Kromě ratingu a sharu se počítá ještě reach (zásah cílové skupiny po dobu alespoň tří minut) nebo afinita (úspěšnost vysílání u cílové skupiny ve srovnání s indexovou cílovou skupinou).³⁰

4.3 Duální systém a programová schémata

V České republice funguje tzv. duální systém vysílání, kdy vedle sebe existují média veřejné služby (Česká televize, Český rozhlas a Česká tisková kancelář) a média privátní, komerční (Nova, Prima, Evropa 2 atd.). Tyto dva typy médií se liší způsobem financování a stavbou programového schématu.

Existují dva typy stavby programového schématu:

- 1) Horizontální – používají zejména privátní televize, je to jednodušší schéma, kdy je program během týdne z 90% totožný, ve stejných hodinách jsou každý den nabízeny stejné žánry (stripování). Program je skládán z pohledu celého týdne.

Obrázek 1: Příklad horizontálního programového schématu

Programové schéma televize Prima Love platné od 20. června 2011							
	PONDĚLÍ	ÚTERÝ	STŘEDA	ČTVRTEK	PÁTEK	SOBOTA	NEDĚLE
14:00						Glee I	Super drbna II
15:00	Rodinná pouta	Rodinná pouta	Rodinná pouta	Rodinná pouta	Rodinná pouta		
15:30						Amerika hledá topmodelku II	Amerika hledá topmodelku II
16:00	Letiště	Nemocnice Mercy	Ally McBealová	Džungle rtěnek	Dobrá manželka	Sabrina - mladá čarodějnice	Sabrina - mladá čarodějnice
16:30						Čarodějky VII	Čarodějky VII
17:00	V náručí ďábla	V náručí ďábla	V náručí ďábla	V náručí ďábla	V náručí ďábla	Čarodějky VII	Čarodějky VII
17:30							
18:00	Čarodějky VII	Čarodějky VII	Čarodějky VII	Čarodějky VII	Čarodějky VII	Ošklivka Katka	Ošklivka Katka
18:30							
19:00	Pravá tvář vášně	Pravá tvář vášně	Pravá tvář vášně	Pravá tvář vášně	Pravá tvář vášně	Pravá tvář vášně	Pravá tvář vášně
19:30							
20:00	Oprah Show	Oprah Show	Oprah Show	Oprah Show	Oprah Show	Oprah Show	Oprah Show
20:30	Chůva k pohledání	Chůva k pohledání	Chůva k pohledání	Chůva k pohledání	Chůva k pohledání		
21:00	Denik zasloužilé matky I	Denik zasloužilé matky I	Denik zasloužilé matky I	Denik zasloužilé matky I	Denik zasloužilé matky I		Letiště
21:30	Nemocnice Mercy	Za branou	Džungle rtěnek	Dobrá manželka			
22:00	Chirurgové VI	Ally McBealová	Sběratelé kostí III	Zoufalé manželky VI		Film	Film
22:30						Invaze buranů	
23:00	TOP STAR magazin	Iste to, co jíte	Nic než pravda	Nahá jsi krásná		Talk show bez zábran	Talk show bez zábran
23:30	Talk show bez zábran	Talk show bez zábran	Talk show bez zábran	Talk show bez zábran	Talk show bez zábran	Ošklivka Katka	Ošklivka Katka
23:45							

Film
 Původní seriál
 Seriál
 sitcom
 Vlastní tvorba
 zahraniční talk-show

Tučně zvýrazněné značí české premiéry

Zdroj:³¹

³⁰ TABERYOVÁ, Kristina a Jan KÁLAL. Jak se z diváka dělá koláč. In: [online]. [cit. 2014-02-04]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/jak-se-z-divaka-dela-kolac/>

- 2) Vertikální – používají veřejnoprávní televize, každý vysílací den může být jiný, program je skládán den po dni. I ve schématech veřejnoprávních televizí se objevuje stripování, ale v mnohem menší míře než je tomu u televizí komerčních.

Obrázek 2: Příklad vertikálního programového schématu

Předběžné programové schéma televize ČT1 (léto 2011)							
	PONDĚLÍ	ÚTERÝ	STŘEDA	ČTVRTEK	PÁTEK	SOBOTA	NEDĚLE
14:00	Planeta YÓ (Heřmánci, Inami, Byla jednou jedna planeta)	Planeta YÓ (Pátrání světlušky Lucie, Inami, Byla jednou jedna planeta)	Planeta YÓ (Pátrání světlušky Lucie, Inami, Byla jednou jedna planeta)	Planeta YÓ (Šikulové, Inami, Byla jednou jedna planeta)	Planeta YÓ (Inami, Sezame, pojď si hrát)	Sever a Jih	Rozmarné léto, trilogie Ohnivě ženy, Osada havranů
15							Archivní zábava
30							
45							
15:00							
15	AZ kvíz	AZ kvíz	AZ kvíz	AZ kvíz	AZ kvíz	Kluci v akci	Po stopách hvězd
30	Kouzlo Afriky	Chalupa je hra	Pod pokličkou	Bydlení je hra	Auto-moto	Devatero řemesel	Na cestě po Česku 2011
45	Události v regionech	Události v regionech	Události v regionech	Události v regionech	Události v regionech	Pošta pro tebe	Pravěk útočí III
18:00	Garfieldova show	Garfieldova show	Garfieldova show	Garfieldova show	Garfieldova show	Večerníček	Večerníček
15	Události	Události	Události	Události	Události	Události	Události
30	BBV	BBV	BBV	BBV	BBV	BBV	BBV
45	Počásí	Počásí	Počásí	Počásí	Počásí	Počásí	Počásí
20:00	Eden	Posledních 24 hodin	Slečna Marplová	Film (Operace Comed Beef, Návštěvníci, Nalevo od výťahu,...)	Hop nebo trop	Silvestr za oponou, Za oponou s Jiřinou	Český Robinson / Boží pole
15	Reportáže	Výletníci	Dokument (Neobyčejné životy, Předčasná úmrtí, Nevyjasněná úmrtí)	Magie kouzla zbavená	13. komnata / Toulavá kamera ochutnává Česko	Milí Bakaláři	Výletníci
30	Na stopě	Nesmrtelní			Všechnopárty	Film	České kriminální filmy a zločiny
45	ČT Live	Film	Film	Kriminálka Paříž	Ohnivě léto		
15		Film	Film	Kriminálka Paříž	Ohnivě léto		
30		Film	Film	Kriminálka Paříž	Ohnivě léto		
45	Film	Film	Kriminálka Paříž	Ohnivě léto	Ohnivě léto	Ohnivě léto	

Legenda
Film
Dokument
Zpravo- dajství
Publicistika
Seriál
pro děti
Magazín
Zábava
Hudba

Zdroj:³²

³¹ PETERA, Martin. V létě změní Prima Love programové schéma, reaguje na přání divaček. In: [online]. [cit. 2014-03-03]. Dostupné z: http://www.radiotv.cz/p_tv/v-lete-zmeni-prima-love-programove-schema-reaguje-na-prani-divacek/

³² PETERA, Martin. ČT1 v létě s premiérami a novou grafikou. In: [online]. [cit. 2014-02-03]. Dostupné z: http://www.radiotv.cz/p_tv/a_tv/ct1-v-lete-s-premierami-a-novou-grafikou/

5 VÁNOCE A TELEVIZNÍ OBRAZOVKA

Vánoce jsou synonymem pro čas pozastavení a klidu. Touhu po klidně prožitých svátcích naplňují lidé různě, každý podle svých vlastních představ. Velkou pozornost na sebe v takovém případě strhává televize a její program. Během Vánoc se doba strávená u obrazovky, ve srovnání s jinými dny v roce, přibližně ztrojnásobí. V některých rodinách se Vánoce stávají „rodinným mítinkem televizních diváků“. Pro některé lidi je myšlenka na sváteční chvíle neodmyslitelně spjata se sledováním svátečního televizního programu a příjemným posezením před obrazovkou. V některých rodinách se už týden před Štědrým dnem členové rodiny radí nad televizním magazínem. S napětím očekávají, jaké nové pohádky jim oblíbená televizní stanice nabídne, a zároveň se ujišťují, jestli i letos budou moci shlédnout svou tradiční a nejoblíbenější pohádku. Probíhají dokonce soutěže či sázky o to, který z kanálů bude v určitý den a určitou hodinu sledován.

Televizní program může také určovat režim dne. V závislosti na něm může být stanovena přesná hodina a délka štedrovečerní večeře, tak, aby rodina pohodlně stačila sklidit ze stolu, a posléze shlédnout například novou štedrovečerní pohádku. Z určitého úhlu pohledu pomáhá televize dotvářet vánoční atmosféru - tematikou některých pořadů nebo zaměřením reklam (např. ČT1, rok 2010, 20:45, Veselé vánoční (pří)hody – setkání slavných osobností a vyprávění jejich vánočních zážitků), na druhou stranu může oslabovat pocit svátečnosti nabídkou programů, které nemají vánoční ani slavnostní tematiku (např. ČT1, rok 2005, 19:00, Království potoků – pohádka o cestě mladého muže za láskou).

Televizní stanice nabízejí na Štědrý den především rodinné příběhy a pohádky, případně hudbení vystoupení nebo mše. I tím výrazně přispívají k pocitu klidu a pohody svého publika. Prostřednictvím rodinných dramát nabízejí útěchu a naději (např. ČT1, rok 2010, 21:40, Melodie mého srdce – film o shledání chlapce ze sirotčince se svými pravými rodiči), pohádkovými příběhy potvrzují staré pravdy, kdy dobro vždy zvítězí nad zlem, zlo je potrestáno a dobří lidé žijí šťastně až do smrti. Těmito sděleními televizní stanice diváka poučují a zároveň uklidňují a utvrzují v daném řádu věcí. Divák je příjemcem, posluchačem příběhů, u kterých očekává (obzvlášť na Vánoce a obzvlášť u pohádek) dobrý konec. Usedá tedy k televizoru s očekáváním klidného večera, protože předem ví, že nabízené příběhy budou možná napínavé a plné zvrátů, ale dobře skončí. Tedy že mu přinesou kýžený klid.

Televizní program poskytuje podněty ke komunikaci mezi členy rodiny. Ve vzniklé diskuzi na určité téma si každý zaujatě obhajuje své stanovisko, ubezpečuje se o správnosti svých postojů a některé jiné se naopak snaží vyvrátit. Uvnitř rodiny mohou vznikat názorově blízké dvojice a skupiny, jejichž soudržnost je jen kratičká, zpravidla do

skončení pořadu a uzavření následné diskuze. Shoda nebo neshoda názorů na televizní pořad se někdy přenáší i na další jevy. Divák se může ztotožňovat s hrdinou příběhu a například se utvrzovat v tom, že takhle hloupě/chytrě by se on sám nikdy nezachoval.

Televize ovlivňuje vánoční atmosféru a mění vztahy mezi členy rodiny. V minulosti bylo tradiční náplní Štědrého večera povečeření, dodržování určitých specifických tradic a zvyklostí, ale poté hlavně posezení v kruhu rodiny a přátel a vyprávění příběhů. Tohoto úkolu se zhostili vždy nejstarší členové rodiny, kteří předávali svá životní moudra a zkušenosti mladším generacím. Tato vyprávění byla vítaným zpestřením vánoční zábavy. Dnes televize těmto lidem a jejich příběhům konkuruje. Děti jsou horšími posluchači, než jakými byly dříve. Jsou odchované televizí, a tak je nelze jen tak něčím překvapit nebo zaujmout. Někdy ani poučení od babičky či dědečka nepadá na úrodnou půdu, dítě už totiž zná zajímavější, vtipnější, sugestivněji podané příběhy, výhodnější a modernější řešení.³³

³³ FROLEC, Václav. *Vánoce v české kultuře*. Vyd. 3. V Praze: Vyšehrad, 2001. s. 330 ISBN 80-702-1511-9.

6 ANALÝZA VÁNOČNÍHO PROGRAMU ČT1

Jádrem praktické části bakalářské práce je prezentace provedené analýzy vánoční programové skladby ČT1.

6.1 Cíl práce

Cílem praktické části této práce je analyzovat proměny programové skladby České televize (stanice ČT1) na Štědrý den v průběhu let 1998-2013. Průzkum je zaměřen na několik hlavních ukazatelů, které budou zkoumány a následně vyhodnocovány. Tím získáme ucelený pohled na vývoj vánoční programové nabídky televizní stanice ČT1.

Analýza u nabízených pořadů, zejména pohádek, zkoumá tyto jevy:

- rok výroby;
- země výroby;
- stopáž;
- tematika;
- oblíbenost;
- typ pořadu;
- četnost opakování.

Sledování televizního programu je pro většinu lidí neodmyslitelně spjata s prožíváním spokojených vánočních svátků. Analýza ukáže, jaké typy pořadů ČT1 jako veřejnoprávní televize svým divákům nabízí, jaké typy pořadů diváci vyhledávají a jaké pořady jsou nejčastěji reprízovány.

Za pomoci předem stanovených hypotéz se dobereme k dílčím závěrům, které budou na konci sumarizovány do celkového přehledu. Propojením teoretické a praktické části práce vznikne komplexní pohled na proměny pojetí, vnímání a prožívání vánočních svátků.

6.2 Pracovní otázky a hypotézy

Analýza se opírá o několik hlavních pracovních hypotéz, které budou v průběhu práce potvrzeny nebo vyvráceny.

- **Jak se změnila vánoční programová skladba ČT1?**

Hypotéza č. 1: Vánoční programová skladba ČT1 se v průběhu let významně nemění.

- **Jaká je hlavní složka vánoční programové skladby ČT1?**

Hypotéza č. 2: Hlavní složkou vánoční programové skladby ČT1 jsou pohádky.

- **Dává ČT1 na Štědrý den přednost spíše zahraničním nebo českým pohádkám?**

Hypotéza č. 3: ČT1 nabízí na Štědrý den zejména české pohádky.

- **Jak dlouhé pohádky ČT1 na Štědrý den vysílá?**

Hypotéza č. 4: ČT1 dává na Štědrý den nejčastěji přednost 90ti minutové stopáži pohádek.

- **Zařazuje ČT1 do štedrovečerního programu spíše premiéry nebo reprízy?**

Hypotéza č. 5: Na Štědrý večer volí ČT1 častěji premiéru než reprízu.

- **Vysílá ČT1 na Štědrý den spíše hrané nebo animované pohádky?**

Hypotéza č. 6: ČT1 dává na Štědrý den přednost hraným pohádkám před animovanými.

- **Jaké stáří vysílaných pohádek ČT1 na Štědrý den upřednostňuje?**

Hypotéza č. 7: ČT1 vysílá buď hodně staré, tradiční pohádky nebo nové, maximálně 3 roky staré pohádky.

- **Jakou tematiku mají pohádky vysílané během Štědrého dne na ČT1?**

Hypotéza č. 8: Pohádky zařazené do vánočního programu spíše nemají vánoční tematiku.

- **Jak často ČT1 pohádky reprizuje?**

Hypotéza č. 9: Některé z nabízených pohádek jsou reprizovány téměř každý rok.

- **Jaké pohádky ČT1 reprizuje nejčastěji?**

Hypotéza č. 10: Nejčastěji reprizované pohádky na ČT1 jsou zároveň ty nejsledovanější.

Hypotézy byly sestaveny na základě hlavních ukazatelů, které jsou pro analýzu klíčové. Každá z těchto hypotéz postihuje jeden zkoumaný problém, který bude v kapitole 6.6 *Analýza dat a interpretace výsledků* podrobně popsán a vyhodnocen. Výsledek analýzy bude následně porovnáván s danými hypotézami, které buďto potvrdí a tedy budou platné, nebo vyvrátí.

6.3 Charakteristika výzkumného vzorku

Výzkum byl prováděn ve třech fázích. První, stěžejní fáze, se soustředila na pohádku jako na hlavní výzkumný vzorek. Obecně se pohádkou rozumí krátký smyšlený příběh, nejčastěji o boji dobra se zlem, ve kterém se společně s lidmi objevují nadpřirozené bytosti. Dle jiné definice „pohádkou rozumíme literární texty, které vznikly na základě rozmanité palety starodávných vyprávění, vstřebávajících při své pouti světem rozličné bájně představy lidstva, nadčasové životní pravdy, zejména věčnou touhu po naplnění dobra, a víru v kouzelnou moc slova.“³⁴

Pohádky a z nich plynoucí ponaučení a zprostředkované zkušenosti jsou také významnou složkou výchovy. Klasické pohádky svým prostřednictvím předávají zkušenosti z generace na generaci a vytváří kulturní dědictví dané společnosti.

Pro výzkum byly zvoleny pohádky vysílané během let 1998-2013 vždy 24. prosince na ČT1. Jedná se tedy o filmové či seriálové pohádky. Filmové pohádky jsou nejčastěji audiovizuálním zpracováním literární předlohy, ale může se jednat i o autorská díla stvořena pouze pro účely natáčení. Seriálové pohádky jsou zejména kratší pohádkové příběhy, nejčastěji animované (kreslené či loutkové). Ovšem nemusí to být pravidlem. I hrané filmové pohádky mohou mít seriálovou podobu, například pohádka *Arabela*. Tyto pohádky byly následně analyzovány a výsledky byly zpracovány do přehledných grafů.

Druhá fáze výzkumu se soustředila na programové schéma jako na celek. Pro analýzu byly zvoleny vysílací programy ČT1 z let 1998 až 2013 vždy z 24. prosince. Některé z nich byly volně dostupné na webu České televize, jiné na vyžádání poskytli pracovníci České televize. Tyto vysílací programy byly analyzovány a výsledky byly zpracovány do přehledných grafů.

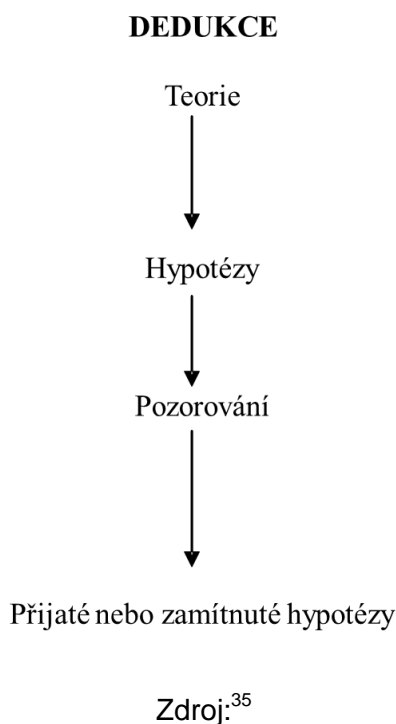
Třetí fáze výzkumu se věnovala oblíbenosti vysílaných pořadů. Pro analýzu byly zvoleny veškeré pořady vysílané v letech 1998 až 2013 vždy 24. prosince na ČT1. Podklady nutné k provedení analýzy poskytli pracovníci České televize prostřednictvím Asociace televizních organizací (ATO).

³⁴ ČEŇKOVÁ, Jana. *Vývoj literatury pro mládež a její žánrové struktury: adaptace mýtů, pohádek a pověstí, autorská pohádka, poezie, próza a komiks pro děti a mládež*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2006. S. 107, ISBN 80-736-7095-X.

6.4 Použité metody a postupy

Pro zpracování analýzy byla použita metoda kvantitativního výzkumu. Takový výzkum je zaměřený na ověřování hypotéz a na kvantifikaci popsaných jevů. Pracuje se při něm metodou dedukce, což je postup od obecného k jednotlivému. Vychází z teorie nebo obecně formulovaného problému.

Obrázek 3: Metoda dedukce



Kvantitativní výzkum je založen na testování hypotéz o skupinách. Analýza je prováděna na kumulovaných datech o mnoha jednotkách a data je možné kumulovat jen tehdy, jsou-li totožná. Kvantitativní výzkum může nalézt řešení jen pro takové problémy, které je možno popsat v termínech vztahů mezi pozorovatelnými proměnnými.³⁶

Použitý postup při provedení kvantitativního empirického výzkumu:

1. formulace teoretického nebo praktického sociálního problému;
2. operacionalizace (výsledkem operacionalizace jsou pracovní hypotézy)+
3. rozhodnutí o výzkumném vzorku;

³⁵ HUDEČKOVÁ, Helena, Eva KUČEROVÁ a Lukáš KŘÍŽ. *Metodologie sociologického výzkumu pro nesociology: (příručka pro distanční studium)*. Vyd. 1. Praha: Credit, 2001, ISBN 978-80-213-0791-9.

³⁶ Tamtéž, s. 45

4. volba výzkumné metody (techniky sběru dat);
5. sběr dat;
6. analýza dat;
7. interpretace a závěry.

Pro tento výzkum byla zvolena technika sběru dat formou analýzy dokumentů a formou přímého pozorování. Analýza dokumentů, nebo také obsahová analýza, je analýzou jakýchkoli dokumentů, které nebyly vytvořeny za účelem našeho výzkumu. Přímé pozorování je zaměřené, dobře plánované vnímání vybraných jevů. To, co je vnímáno, je pečlivě a systematicky zaznamenáváno.³⁷

Převažující technikou sběru dat byla analýza dokumentů. Nejprve byly získány potřebné dokumenty, v našem případě žebříčky sledovanosti a programy vysílání ČT1 z let 1998 až 2013, vždy z 24. prosince. Z těchto programů byl vytvořen průřez, pro obrovské množství dat byly analyzovány roky 1998, 2000, 2003, 2005, 2008, 2010, 2012 a 2013. Z programů těchto let byly selektovány vysílané pohádky, které byly následně podrobeny analýze.

Analýza zkoumala:

- stopáž – vysílané pohádky byly rozděleny do sedmi skupin v závislosti na délce jejich stopáže (kategorie do 10 min, do 30 min, do 50 min, do 60 min, do 90 min a do 120 min);
- rok výroby – vysílané pohádky byly rozděleny do dekád podle roku jejich natočení (skupiny od roku 1950 do roku 2013);
- země výroby – vysílané pohádky byly rozděleny do tří skupin, dle země, kde vznikly (české, zahraniční, koprodukční);
- typ (hraná/animovaná) – vysílané pohádky byly rozděleny do dvou skupin dle typu výroby (hrané, animované – loutkové či kreslené);
- repríza/premiéra – vysílané pohádky byly rozděleny do dvou skupin dle četnosti opakování (repríza, premiéra);
- sledovanost – vysílané pohádky byly analyzovány a porovnávány z hlediska sledovanosti;
- celková proměna vánočního vysílacího schématu – analýza zároveň zkoumala celkový koncept a proměnu vánočního vysílacího schématu ČT1 od roku 1998 do roku 2013.

³⁷ HUDEČKOVÁ, Helena, Eva KUČEROVÁ a Lukáš KRÍŽ. *Metodologie sociologického výzkumu pro nesociology: (příručka pro distanční studium)*. Vyd. 1. Praha: Credit, 2001, ISBN 978-80-213-0791-9.

Další použitou metodou bylo přímé pozorování. To bylo aplikováno v případě zkoumání tematiky vysílaných pohádek. Díky této metodě byly odlišeny pohádky s vánoční tematikou a pohádky s absencí vánoční tematiky.

Veškeré zjištěné výsledky byly zpracovány do přehledných grafů a následně konfrontovány s danými pracovními hypotézami. Ty byly buď potvrzeny, nebo vyvráceny. V případě vyvrácení hypotézy byla vytvořena hypotéza nová. V některých případech byly hypotézy potvrzeny pouze částečně nebo nepřesně a pro plnou platnost byly následně upraveny, doplněny.

6.5 Harmonogram postupu

Prosinec 2013

- formulace teoretického nebo praktického sociálního problému;
- orientace v literatuře;
- rozhodnutí o výzkumném vzorku;
- stanovení cíle práce, metody výzkumu a technických prostředků sběru dat.

Leden 2014

- operacionalizace (výsledkem operacionalizace jsou pracovní hypotézy);
- sběr dat;
- analýza dat;
- vyhodnocení dat.

Únor 2014

- interpretace, závěry;
- zpracování závěrečné práce.

6.6 Analýza dat a interpretace výsledků

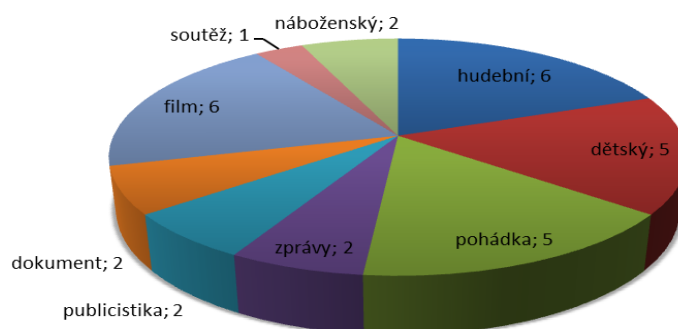
Veškerá zjištěná data byla analyzována a konfrontována s pracovními hypotézami. V následujícím přehledu budou rozebrány jednotlivě všechny otázky a s nimi související pracovní hypotézy a budou představeny výsledky výzkumu.

- **Jak se změnila vánoční programová skladba ČT1?**

Hypotéza č. 1: Vánoční programová skladba ČT1 se v průběhu let významně nemění.

Následující grafy zobrazují programovou skladbu ČT1 ze dne 24. prosince roku 1998 a dále z 24. prosince roku 2013.

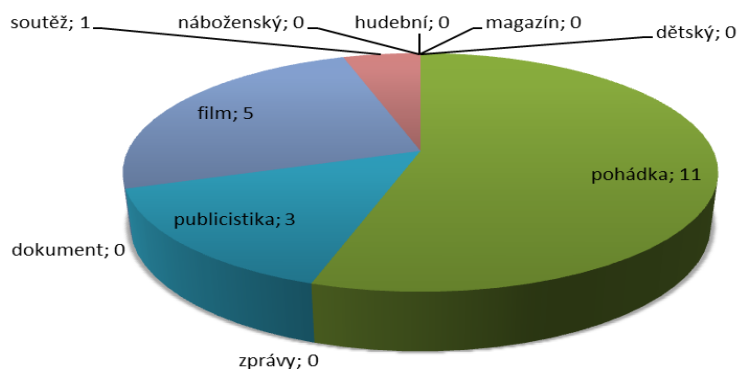
Graf 1a: Programová skladba ČT1 z roku 1998



Zdroj: ³⁸

Z grafu jasně vyplývá hojné zastoupení různých televizních žánrů. V tomto případě není žádný ze zkoumaných pořadů značně opomíjen nebo naopak upřednostňován. Během let 1998 až 2008 zůstávala programová skladba ČT1 na Štědrý den téměř neměnná. Náboženské pořady i vánoční hudební koncerty či dokumenty jsou do vysílání zařazeny během celého dne. Jediný posun je zaznamenáván u zpravodajství, které se postupně přesunuje na ČT24, ale i tak zůstává na ČT1 zpravodajství z regionů a rychlý přehled zpráv v 19:00.

Graf 1b: Programová skladba ČT1 z roku 2013



Zdroj: ³⁹

³⁸ ATO - Mediaresearch

Graf z roku 2013 jasně demonstruje, jakou proměnou prošla programová skladba ČT1 v posledních letech. Přibližně od roku 2009 dává výrazně větší prostor pohádkám a filmům, posledním zastoupeným formátem jsou publicistické pořady a Slosování Šťastných 10. Zpravodajství po celý den pokrývá ČT24, z ČT1 zmizely na Štědrý den i Události. Dětské pořady jsou vysílány na ČT:D, Večerníček se během 24. prosince stěhuje na ČT2. Tradiční vánoční dokumenty, biblické příběhy nebo hudební koncerty se taktéž přesouvají na ČT2.

Konfrontace s hypotézou č. 1: Vánoční programová skladba ČT1 se v průběhu let nemění. = NEPLATÍ, hypotéza vyvrácena.

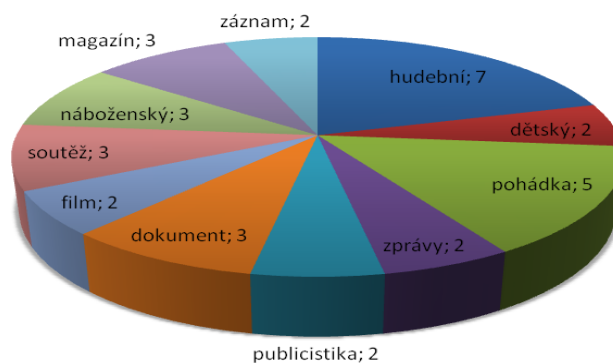
Závěr: Vánoční programová skladba ČT1 se v průběhu let mění.

- **Jaká je hlavní složka vánoční programové skladby ČT1?**

Hypotéza č. 2: Hlavní složkou vánoční programové skladby ČT1 jsou pohádky.

Následující grafy zobrazují programovou skladbu ČT1 ze dne 24. prosince roku 2000 a dále z 24. prosince roku 2012.

Graf 2a: Programová skladba ČT1 z roku 2000



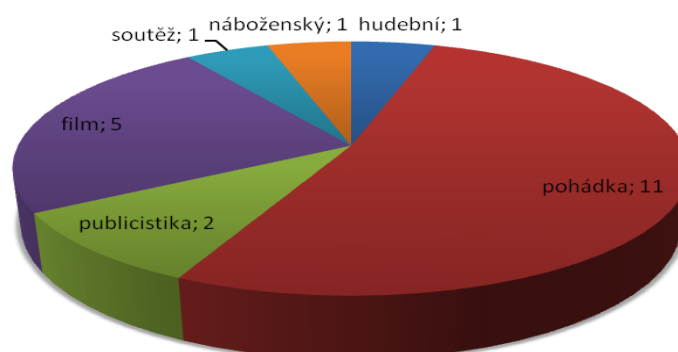
Zdroj:⁴⁰

Graf zobrazuje bohaté zastoupení rozličných televizních žánrů. Mezi žánry s největším počtem zastoupení patří hudební pořady, kterých se ve vysílání objevilo sedm, a pohádky, které byly vysílány pětkrát. Tříkrát byl do vysílání zařazen magazín, dokument, soutěž a náboženský pořad. Film, záznam divadelního představení, zprávy, publicistika a dětské pořady byly do vysílání zařazeny dvakrát.

³⁹ ATO - Mediaresearch

⁴⁰ Tamtéž

Graf 2b: Programová skladba ČT1 z roku 2012



Zdroj:⁴¹

Graf jasně zobrazuje, že největší objem vysílání zabírají pohádky, které se v programovém schématu objevují jedenáctkrát. Pětkrát byl do vysílání zařazen film, dvakrát publicistika a jednou soutěž, hudební pořad a náboženský pořad.

Konfrontace s hypotézou č. 2: *Hlavní složkou vánoční programové skladby ČT1 jsou pohádky.* = PLATÍ, ale pro upřesnění je hypotéza doplněna.

Závěr: Od roku 2009 jsou hlavní složkou vánoční programové skladby ČT1 pohádky. Do roku 2009 byly hlavní složkou vánoční programové skladby ČT1 hudební pořady, dětské pořady a pohádky.

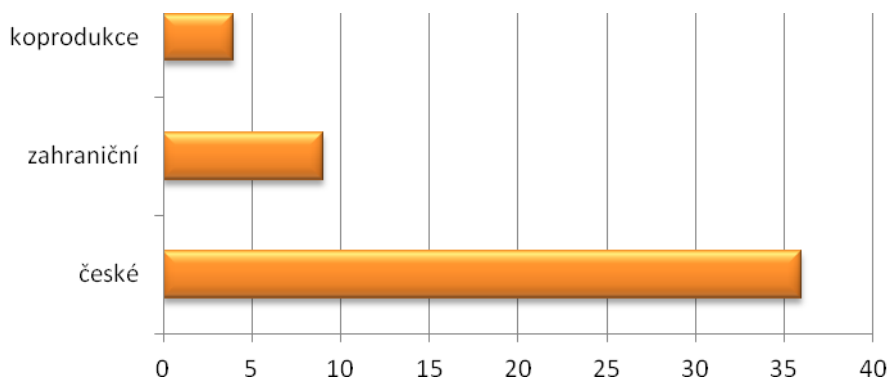
- ***Dává ČT1 na Štědrý den přednost spíše zahraničním nebo českým pohádkám?***

Hypotéza č. 3: *ČT1 nabízí na Štědrý den zejména české pohádky.*

Následující graf zobrazuje poměr české a zahraniční produkce pohádek, vysílaných během let 1998 až 2013 vždy 24. prosince na ČT1.

⁴¹ ATO - Mediaresearch

Graf 3: Země výroby pohádek



Zdroj: ⁴²

Z grafu se dovídáme, že ČT1 dává na Štědrý den výrazně přednost českým pohádkám před zahraničními. Což je stav odpovídající formátu České televize jako veřejnoprávního média.

Konfrontace s hypotézou č. 3: ČT1 nabízí na Štědrý den zejména české pohádky. = PLATÍ, hypotéza potvrzena.

Závěr: ČT1 nabízí na Štědrý den zejména české pohádky.

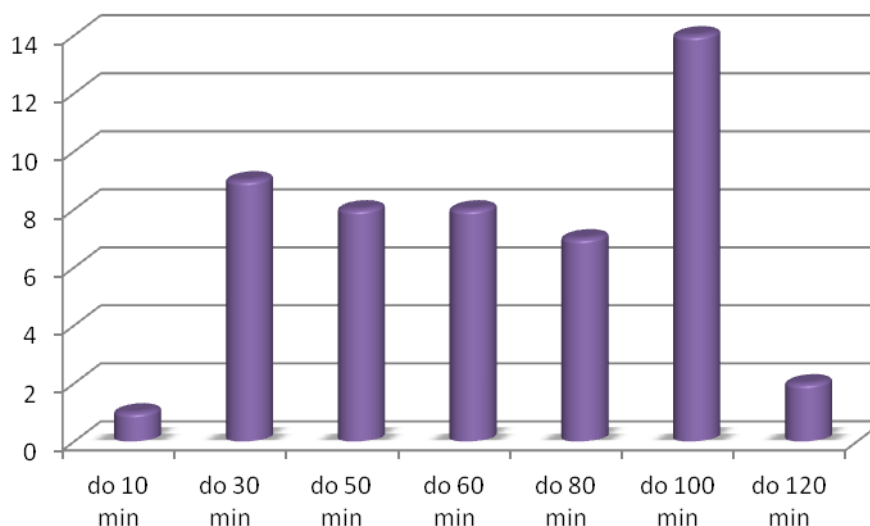
- **Jak dlouhé pohádky ČT1 na Štědrý den vysílá?**

Hypotéza č. 4: ČT1 dává na Štědrý den nejčastěji přednost 90ti minutové stopáži pohádek.

Následující graf zobrazuje rozdělení dle stopáže u pohádek vysílaných během let 1998 až 2013 vždy 24. prosince na ČT1.

⁴² ATO - Mediaresearch

Graf 4: Délka stopáže pohádek



Zdroj: ⁴³

Graf zobrazuje počet odvysílaných pohádek v určitých stopážích. V kategorii do 10 min a do 30 min jsou obsaženy hlavně krátké ranní animované pohádky pro malé děti, nejčastěji seriálové. V kategoriích do 60 min jsou obsaženy zejména běžně produkované pohádky, které jsou na ČT1 vysílány například v neděli po obědě. Kategorie do 120 minut zahrnuje celovečerní pohádky nebo pohádkové filmy. Dle přehledu dává ČT1 na Štědrý den nejčastěji přednost pohádkám se stopáží od 80 do 100 minut.

Konfrontace s hypotézou č. 5: ČT1 dává na Štědrý den nejčastěji přednost 90ti minutové stopáži pohádek. = PLATÍ, ale pro upřesnění je hypotéza doplněna.

Závěr: ČT1 dává na Štědrý den nejčastěji přednost pohádkám s 80ti až 100 minutovou stopáží.

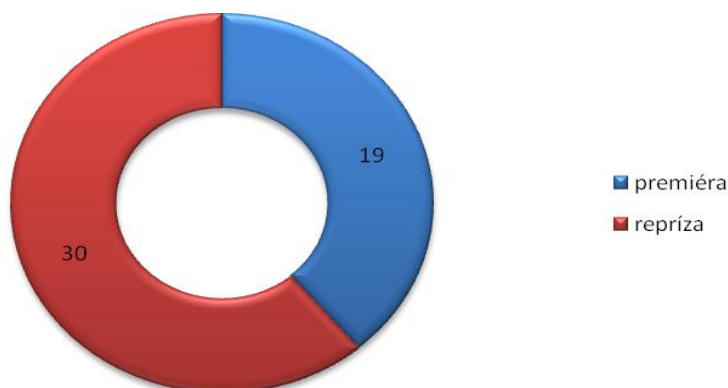
- **Zařazuje ČT1 do vánočního programu spíše premiéry nebo reprízy?**

Hypotéza č. 5: Na Štědrý den volí ČT1 častěji premiéru než reprízu.

Následující graf zobrazuje poměr premiérově vysílaných a reprizovaných pohádek vysílaných během let 1998 až 2013 vždy 24. prosince na ČT1.

⁴³ ATO – Mediaresearch

Graf 5: Premiéry a reprízy na ČT1



Zdroj: ⁴⁴

Z grafu vyplývá, že ČT1 dává v průběhu Štědrého dne přednost spíše reprízovaným pohádkám. Může to být jednak z důvodu jistoty vyšší sledovanosti oblíbených starších pohádek a nebo také proto, že není k dispozici dostatečné množství nově vyrobených pohádek. V průměru vysílá ČT1 každoročně 2 nebo 3 premiéry čerstvě natočených pohádkových příběhů. Hlavní Štědrovečerní pohádka je vždy premiérová a vysílá se pravidelně kolem 19:00.

Konfrontace s hypotézou č. 5: *Na Štědrý den volí ČT1 častěji premiéru než reprízu = NEPLATÍ*, hypotéza vyvrácena.

Závěr: Na Štědrý den volí ČT1 častěji reprízu. Na Štědrý večer volí ČT1 častěji premiéru.

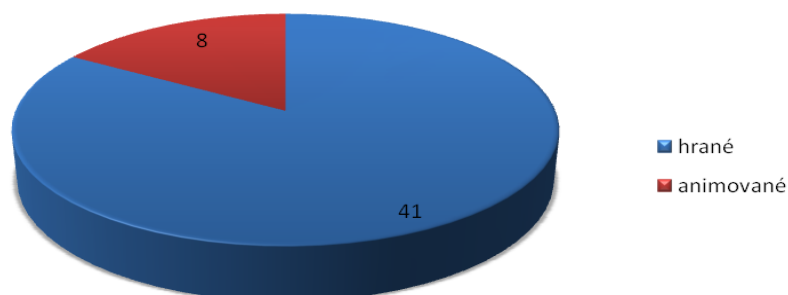
- ***Vysílá ČT1 na Štědrý den spíše hrané nebo animované pohádky?***

Hypotéza č. 6: *ČT1 dává na Štědrý den přednost hraným pohádkám před animovanými.*

Následující graf zobrazuje poměr hraných a animovaných pohádek vysílaných během let 1998 až 2013 vždy 24. prosince na ČT1.

⁴⁴ ATO – Mediaresearch

Graf 6: Typy pohádek na ČT1



Zdroj:⁴⁵

Graf demonstruje silně převažující většinu hraných pohádek. Animované pohádky zařazuje ČT1 zejména v ranních hodinách a jedná se o krátké seriálové pohádky pro nejmenší děti. Po zbytek Štědrého dne dává ČT1 přednost hraným pohádkám.

Konfrontace s hypotézou č. 6: ČT1 dává na Štědrý den přednost hraným pohádkám před animovanými. = PLATÍ, hypotéza potvrzena.

Závěr: ČT1 dává na Štědrý den přednost hraným pohádkám.

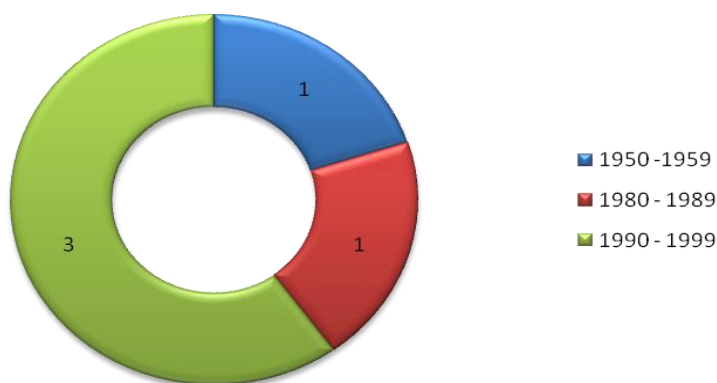
- ***Jaké stáří vysílaných pohádek ČT1 na Štědrý den upřednostňuje?***

Hypotéza č. 7: ČT1 vysílá buď hodně staré, tradiční pohádky, nebo nové, maximálně 3 roky staré pohádky.

Následující grafy zobrazují stáří pohádek vysílaných v letech 1998, 2005 a 2013 vždy 24. prosince na ČT1.

⁴⁵ ATO – Mediaresearch

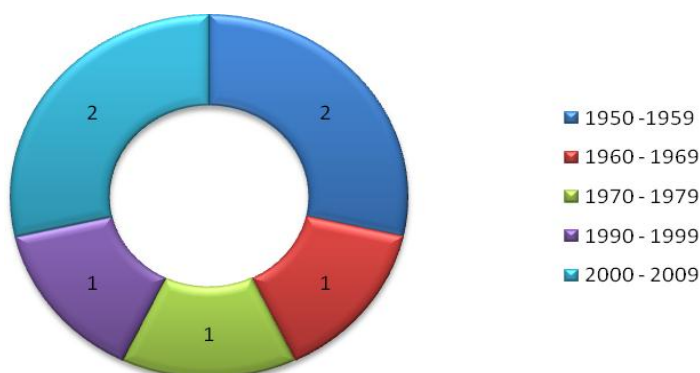
Graf 7a: Rok výroby pohádek vysílaných v roce 1998



Zdroj:⁴⁶

Graf zobrazuje převažující většinu vysílaných pohádek vyrobených v letech 1990 až 1999. Dále byla vysílána jedna pohádka z let 1980 až 1989 a jedna pohádka z let 1950 až 1959. Z průběhu let 1960 až 1969 a 1970 až 1979 nebyla vysílána žádná pohádka. Graf také demonstruje nízký počet vysílaných pohádek v rámci celkového programového schématu (souvisí s hypotézou č. 1 zpracovanou výše).

Graf 7b: Rok výroby pohádek vysílaných v roce 2005



Zdroj:⁴⁷

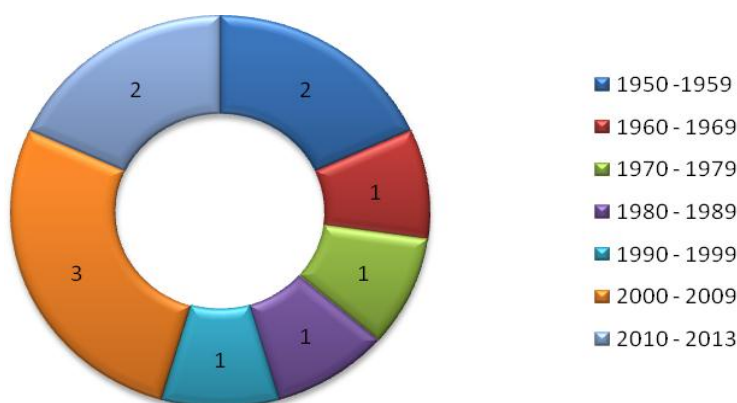
Graf zobrazuje převažující většinu vysílaných pohádek vyrobených v letech 2000 až 2009 a 1950 až 1959. Dále byla vysílána vždy jedna pohádka z let 1990 až 1999, 1970 až 1979

⁴⁶ ATO – Mediaresearch

⁴⁷ Tamtéž

a 1960 až 1969. Z průběhu let 1980 až 1989 nebyla vysílána žádná pohádka. Z tohoto grafu můžeme pozorovat zvyšující se frekvenci vysílání pohádek v rámci celkového programového schématu (souvisí s hypotézou č. 1 zpracovanou výše).

Graf 7c: Rok výroby pohádek vysílaných v roce 2013



Zdroj:⁴⁸

Graf zobrazuje převažující většinu vysílaných pohádek vyrobených v letech 2000 až 2009. Další zastoupené kategorie jsou z let 2010 až 2013 a 1950 až 1959, kdy byly vysílány 2 pohádky z každého období. Z dalších let bylo vysíláno vždy po jedné pohádce. Z tohoto grafu můžeme pozorovat vysokou frekvenci vysílání pohádek v rámci celkového programového schématu (souvisí s hypotézou č. 1 zpracovanou výše).

Konfrontace s hypotézou č. 7: ČT1 vysílá buď hodně staré, tradiční pohádky, nebo nové, maximálně 3 roky staré pohádky. = NEPLATÍ, hypotéza vyvrácena.

Závěr: Nebyl nalezen žádný relevantní vzorec, podle kterého by ČT1 dávala ve vánočním programu přednost určitému roku výroby vysílaných pohádek.

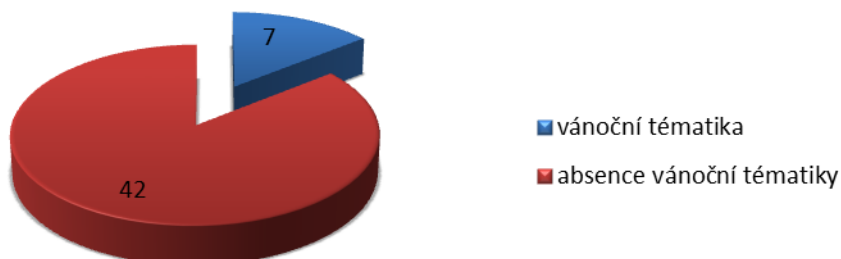
- **Jakou tematiku mají pohádky vysílané během Štědrého dne na ČT1?**

Hypotéza č. 8: Pohádky zařazené do vánočního programu spíše nemají vánoční tematiku.

Následující grafy zobrazují podíl pohádek s vánoční tematikou na celkovém počtu pohádek vysílaných v letech 1998 až 2013 vždy 24. prosince na ČT1.

⁴⁸ ATO – Mediaresearch

Graf 8: Tématica pohádek vysílaných v letech 1998 - 2013



Zdroj:⁴⁹

Z celkového počtu vysílaných pohádek se pouze v sedmi z nich objevila tematika vánoc. Častější byly pohádky situované do zimního období, ale ani těch nebylo mnoho. Příběh převážné většiny vysílaných pohádek se odehrával během jara či léta a obsahoval nejčastěji tematiku boje dobra se zlem ve všech možných variacích. Láska vs. nenávisť, bohatství vs. chudoba, láska vs. závist, láska vs. černá magie atd.

Konfrontace s hypotézou č. 8: Pohádky zařazené do vánočního programu ČT1 spíše nemají vánoční tematiku. = PLATÍ, hypotéza potvrzena.

Závěr: Pohádky zařazené do vánočního programu ČT1 spíše nemají vánoční tematiku.

- ***Jak často ČT1 pohádky reprízuje?***

Hypotéza č. 9: Některé z nabízených pohádek vánočního programového schématu jsou reprízovány téměř každý rok.

Následující tabulka zobrazuje počet opakování nejčastěji reprízovaných pohádek, které byly vysílány v letech 1998 až 2013 vždy 24. prosince. Tabulka zároveň zobrazuje rok, kdy se určitou pohádku ČT1 rozhodla reprízovat.

⁴⁹ ATO – Mediaresearch

Tabulka 1: Počet repríz pohádek vysílaných v letech 1998 až 2013

Název	Počet repríz	V letech
Lotrando a Zubejda	2	1998, 2011
Pyšná princezna	5	2001, 2005, 2006, 2008, 2013
Peklo s princeznou	3	2010, 2011, 2013
Princezna se zlatou hvězdou	5	2004, 2009, 2011, 2012, 2013
Co takhle svatba princi	2	2010, 2012
Byl jednou jeden král	3	2007, 2010, 2012

Zdroj:⁵⁰

Z tabulky je viditelné, které pohádky ČT1 ve vybraném období nejčastěji reprízovala. Klasické pohádky Pyšná princezna a Princezna se zlatou hvězdou byly ve sledovaném období vysílány pětkrát. Nejsou sice reprízovány každý rok na Štědrý den, ale je pravděpodobné, že byly v průběhu vánočních svátků vysílány. I to svědčí o jejich tradici a oblíbenosti. Byl jednou jeden král je další z tradičních pohádek, která byla ve sledovaném období reprízována třikrát, stejně jako modernější Peklo s princeznou. Pohádky Co takhle svatba princi a Lotrando a Zubejda byly opakovány dvakrát. U dalších pohádek nebyla ve zkoumaném období žádná podobná pravidelnost nalezena.

Konfrontace s hypotézou č. 9: Některé z nabízených pohádek vánočního programového schématu jsou reprízovány téměř každý rok. = PLATÍ, hypotéza potvrzena.

Závěr: Některé z nabízených pohádek vánočního programového schématu jsou reprízovány téměř každý rok, zejména tradiční české pohádky z 50. let.

- **Jaké pohádky ČT1 reprízuje nejčastěji?**

Hypotéza č. 10: Nejčastěji reprízované pohádky na ČT1 jsou zároveň ty nejsledovanější

Následující tabulka zobrazuje peplemetrové měření na Štědrý den roku 2013. Toto měření bylo vybráno jako příklad z celkového zkoumaného období let 1998 až 2013.

⁵⁰ ATO – Mediaresearch

Tabulka 2: Rating a share 24. 12. 2013

Datum	Kanál	Začátek	Konec	Název	4+			4-14			15+		
					Rat %	Rat tis.	Shr %	Rat %	Rat tis.	Shr %	Rat %	Rat tis.	Shr %
24.12.2013	ČT1	11:32:35	13:10:26	Nesmrtelná teta	12,3	1210	40,99	15,8	174	42,05	11,9	1037	40,82
24.12.2013	ČT1	13:11:36	13:13:38	Losování loterie Euromiliony	7,6	748	24,37	10,3	113	25,82	7,3	634	24,13
24.12.2013	ČT1	13:13:53	14:27:46	Zlatovláska	10,7	1045	32,74	13,3	147	33,43	10,3	898	32,62
24.12.2013	ČT1	14:29:33	14:31:53	Losování Šťastných 10 a Šar	8,6	847	26,50	8,2	90	22,28	8,7	758	27,11
24.12.2013	ČT1	14:32:03	15:59:20	Pyšná princezna	12,7	1251	37,53	10,3	113	29,36	13,1	1138	38,59
24.12.2013	ČT1	16:01:20	17:38:52	Peklo s princeznou	13,7	1340	41,77	13	142	42,37	13,7	1198	41,70
24.12.2013	ČT1	17:40:46	18:58:11	Princezna se zlatou hvězdou	12,8	1260	39,83	8,6	94	36,28	13,4	1166	40,15
24.12.2013	ČT1	19:00:10	20:31:48	Duch nad zlato	24,9	2448	53,17	21,2	233	54,06	25,4	2214	53,08
24.12.2013	ČT1	20:33:15	22:29:11	Pelíšky	17,3	1698	34,22	11,9	131	32,52	18	1567	34,37
24.12.2013	ČT1	22:32:18	24:06:48	Kristian	4,5	446	14,74	1,6	18	12,69	4,9	428	14,84

Zdroj:⁵¹

Tabulka ukazuje příklad měření ratingu (sledovanosti) a sharu (podílu na publiku) na ČT1 během 24. prosince 2013. Dovídáme se zde, že nejčastěji reprízované pohádky (v tomto případě Pyšná princezna a Princezna se zlatou hvězdou) sice mají vysokou sledovanost, ale jednoznačně nejvyšší hodnoty byly naměřeny u hlavní štedrovečerní pohádky Duch nad zlato. Stejně tak následující Pelíšky (*také velice často reprízované, poslední tři roky ČT1 řadí Pelíšky do každoročního vánočního programu*) mají velice vysokou sledovanost. Tento jev byl potvrzen i při zkoumání sledovanosti u programových schémata z dalších let v rozmezí 1998 až 2013.

Konfrontace s hypotézou č. 10: Nejčastěji reprízované pohádky na ČT1 jsou zároveň ty nejsledovanější = NEPLATÍ, hypotéza vyvrácena.

Závěr: Nejčastěji reprízované pohádky na ČT1 nejsou zároveň ty nejsledovanější. Nejvyšší sledovanosti dosahují pohádky v hlavním vysílacím čase.

6.7 Závěry výzkumu

Cílem praktické části práce bylo analyzovat proměny programové skladby České televize (kanálu ČT1) na Štědrý den v průběhu let 1998-2013. Výzkum byl prováděn zejména metodou analýzy dokumentů. Zjištěné výsledky byly konfrontovány s pracovními hypotézami a byly vytvořeny dílčí závěry pro každý zkoumaný jev.

⁵¹ ATO – Mediaresearch

Bylo zjištěno že:

- Vánoční programová skladba ČT1 se v průběhu let mění.
- Od roku 2009 jsou hlavní složkou vánoční programové skladby ČT1 pohádky. Do roku 2009 byly hlavní složkou vánoční programové skladby ČT1 hudební pořady, dětské pořady a pohádky.
- ČT1 nabízí na Štědrý den zejména české pohádky.
- ČT1 dává na Štědrý den nejčastěji přednost pohádkám s 80ti až 100 minutovou stopáží.
- Na Štědrý den volí ČT1 častěji reprízu. Na Štědrý večer volí ČT1 častěji premiéru.
- ČT1 dává na Štědrý den přednost hraným pohádkám.
- Nebyl nalezen žádný relevantní vzorec, podle kterého by ČT1 dávala ve vánočním programu přednost určitému roku výroby vysílaných pohádek.
- Pohádky zařazené do vánočního programu ČT1 spíše nemají vánoční tematiku.
- Některé z nabízených pohádek vánočního programového schématu jsou reprízovány téměř každý rok, zejména tradiční české pohádky z 50. let.
- Nejčastěji reprízované pohádky na ČT1 nejsou zároveň ty nejsledovanější. Nejvyšší sledovanosti dosahují pohádky v hlavním vysílacím čase.

ZÁVĚR

Cílem teoretické části této práce bylo upřesnit, co je to rituál, proč je důležitý a představit Vánoce jako jeden z významných rituálů. Ten má samozřejmě své tradice, ať už u nás nebo v cizích zemích, které se v průběhu času mění. Teoretická část také představila televizi jako informační médium, se svými pozitivy i negativy, a její podíl na celkové podobě a proměnách oslav Vánoc. Stanovený cíl se podařilo splnit, i když dané téma by pravděpodobně zasloužilo podrobnější rozebrání.

Cílem praktické části práce bylo analyzovat proměny programové skladby České televize na Štědrý den v průběhu let 1998 - 2013. Výzkum byl zaměřen hlavně na pohádky, u nichž byla analyzována například stopáž, rok výroby, tematika, oblíbenost atd. I tento cíl byl splněn, data byla analyzována a vyhodnocena. Některé výsledky se daly předpokládat, některé byly překvapující. V závěru se objevila i taková data, která nemusela být předmětem zkoumání, protože nepřinesla vůbec žádné relevantní výsledky, ale to na začátku výzkumu nebylo zřejmé.

V praxi by tato práce mohla být použitelná jako rozšíření již sledovaných dat nebo jako vzor pro další podobné výzkumy. V programové skladbě svátečních nebo prázdninových dnů existují určité stále se opakující vzorce, bylo by zajímavé sledovat jejich vývoj v průběhu mnohem delšího časového úseku a následně zjištěné navzájem porovnávat.

Tuto práci by bylo možné rozšířit o další teoretické poznatky. Například popsat postupnou globalizaci Vánoc, která je neodmyslitelně spjata s mediální sférou, zejména s televizí a samozřejmě s internetem. Na to navazuje i komercializace a sekularizace vánočních svátků, která by byla dalším vhodným doplňujícím tématem ke zpracovanému problému. Co se týče praktické části práce, zde by bylo možné výzkum rozšířit zejména z pohledu tematiky a morálního poselství jednotlivých vysílaných pohádek. Bylo by vhodné například porovnat instituci hrdiny ve starších a moderních pohádkách. Zjistit jaké druhy hrdinů existují a jakými fázemi během své cesty příběhem procházejí a oproti tomu například analyzovat jejich úspěšnost v souboji s antagonisty. Právě hrdinovo vítězství nebo prohra přináší morální poselství, které je pro pohádky tak typické. Zejména v období vánočních svátků jsou lidé přípustní kritice a změnám, morální ponaučení tak pravděpodobně padají na úrodnou půdu právě během Vánoc.

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

Seznam použitých českých zdrojů

BLAŽEK, Bohuslav. *Tváří v tvář obrazovce*. 1. vyd. Praha: Sociologické nakladatelství, 1995. ISBN 80-858-5011-7.

BOURDIEU, Pierre. *O televizi*. V nakl. Doplněk 1. vyd. Brno: Doplněk, 2002, 103 s. ISBN 80-723-9122-4.

CAMPBELL, Joseph. *Mýty: [legendy dávných věků v našem denním životě]*. Překlad Vladimír Lechnýř. Praha: Pragma, 1998, 293 s. ISBN 80-720-5491-0.

ČEŇKOVÁ, Jana. *Vývoj literatury pro mládež a její žánrové struktury: adaptace mýtů, pohádek a pověstí, autorská pohádka, poezie, próza a komiks pro děti a mládež*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2006. ISBN 80-736-7095-X.

FROLEC, Václav. *Vánoce v české kultuře*. Vyd. 3. V Praze: Vyšehrad, 2001. ISBN 80-702-1511-9.

GIDDENS, Anthony. Vyd. 1. Praha: Argo, 1999, 594 s. ISBN 80-720-3124-4.

HERYNEK, Petr. *České Vánoce*. 1. vyd. Praha: Grada, 2005. ISBN 80-247-0760-8.

HUDEČKOVÁ, Helena, Eva KUČEROVÁ a Lukáš KŘÍŽ. *Metodologie sociologického výzkumu pro nesociology: (příručka pro distanční studium)*. Vyd. 1. Praha: Credit, 2001, 116 s. ISBN 978-80-213-0791-9.

MCLUHAN, Marshall. *Jak rozumět médiím: extenze člověka*. 2., rev. vyd. Překlad Miloš Calda. Praha, 2011, 399 s. ISBN 978-80-204-2409-9.

MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Vyd. 1. Praha: Portál, 447 s. ISBN 80-717-8200-9.

MUSIL, Josef. *Elektronická média v informační společnosti*. Praha: Votobia, 2003, 261 s. ISBN 80-722-0157-3.

ORLEBAR, Jeremy. *Kniha o televizi*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství Akademie múzických umění, 2012, 213 s. ISBN 978-807-3312-466.

OSVALDOVÁ, Barbora. *Praktická encyklopedie žurnalistika*. 2. dopl.vyd. Praha: Libri, 240 s. ISBN 80-727-7108-6.

OSVALDOVÁ, Barbora. *Vytrženo z kontextu*. V Tribunu EU vyd. 1. Brno: Tribun EU, 2009, 85 s. ISBN 978-80-7399-836-3.

REJZEK, Jiří. *Český etymologický slovník*. 2., nezměn. vyd. Voznice: Leda, 2012, 752 s. ISBN 978-80-7335-296-7.

ŘÍČAN, Pavel a Drahomíra PITHARTOVÁ. *Krotíme obrazovku: jak vést děti k rozumnému užívání médií*. Vyd. 1. Překlad Miloš Calda. Praha: Mladá fronta, 1995, 62 s. ISBN 80-717-8084-7.

VEČERKOVÁ, Eva a Věra FROLCOVÁ. *Evropské Vánoce v tradicích lidové kultury*. Vyd. 1. V Praze, 2010, 516 s. ISBN 978-807-4290-060.

ZÍBRT, Čeněk. *Veselé chvíle v životě lidu českého*. Vyd. 2. Praha: Vyšehrad, 636 s. ISBN 80-702-1624-7.

Seznam použitých internetových zdrojů

Co je to ATO. [online]. [cit. 2014-02-04]. Dostupné z: <http://www.ato.cz/co-je-to-ato/poslani>

Co to je peplemetr a k čemu slouží?. [online]. [cit. 2014-03-04]. Dostupné z:

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

Česká televize. In: [online]. [cit. 2014-02-04]. Dostupné z:

<http://www.digizone.cz/adresar/ceska-televize/>

PETERA, Martin. ČT1 v létě s premiérami a novou grafikou. In: [online]. [cit. 2014-02-03].

Dostupné z: http://www.radiotv.cz/p_tv/a_tv/ct1-v-lete-s-premierami-a-novou-grafikou/

PETERA, Martin. V létě změní Prima Love programové schéma, reaguje na přání

divaček. In: [online]. [cit. 2014-03-03]. Dostupné z: [http://www.radiotv.cz/p_tv/v-lete-](http://www.radiotv.cz/p_tv/v-lete-zmeni-prima-love-programove-schema-reaguje-na-prani-divacek/)

[zmeni-prima-love-programove-schema-reaguje-na-prani-divacek/](http://www.radiotv.cz/p_tv/v-lete-zmeni-prima-love-programove-schema-reaguje-na-prani-divacek/)

Světadíly.cz. [online]. [cit. 2014-01-10]. Dostupné z:

<http://nemecko.svetadily.cz/clanky/Jak-se-slavi-Vanoce-v-Nemecku>

TABERYOVÁ, Kristina a Jan KÁLAL. Jak se z diváka dělá koláč. In: [online]. [cit. 2014-02-

04]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/jak-se-z-divaka-dela-kolac/>

Vanocevesvete.com [online]. [cit. 2014-01-10]. Dostupné z:

<http://www.vanocevesvete.com/usa.php>

Vše o ČT. In: [online]. [cit. 2014-02-04]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/>

Seznam ostatních zdrojů

Statistiky ATO, zprostředkované pracovníky České televize

SEZNAM OBRÁZKŮ, GRAFŮ A TABULEK

Seznam obrázků

Obrázek 1: Příklad horizontálního programového schématu.....	26
Obrázek 2: Příklad vertikálního programového schématu.....	27
Obrázek 3: Metoda dedukce.....	33

Seznam grafů

Graf 1a: Programová skladba ČT1 z roku 1998.....	36
Graf 1b: Programová skladba ČT1 z roku 2013.....	36
Graf 2a: Programová skladba ČT1 z roku 2000.....	37
Graf 2b: Programová skladba ČT1 z roku 2012.....	38
Graf 3: Země výroby pohádek	39
Graf 4: Délka stopáže pohádek	40
Graf 5: Premiéry a reprízy na ČT1	41
Graf 6: Typy pohádek na ČT1	42
Graf 7a: Rok výroby pohádek vysílaných v roce 1998	43
Graf 7b: Rok výroby pohádek vysílaných v roce 2005	43
Graf 7c: Rok výroby pohádek vysílaných v roce 2013	44
Graf 8: Tématika pohádek vysílaných v letech 1998 - 2013.....	45

Seznam tabulek

Tabulka 1: Počet repríz pohádek vysílaných v letech 1998 až 2013	46
Tabulka 2: Rating a share 24. 12. 2013.....	47

SEZNAM PŘÍLOH

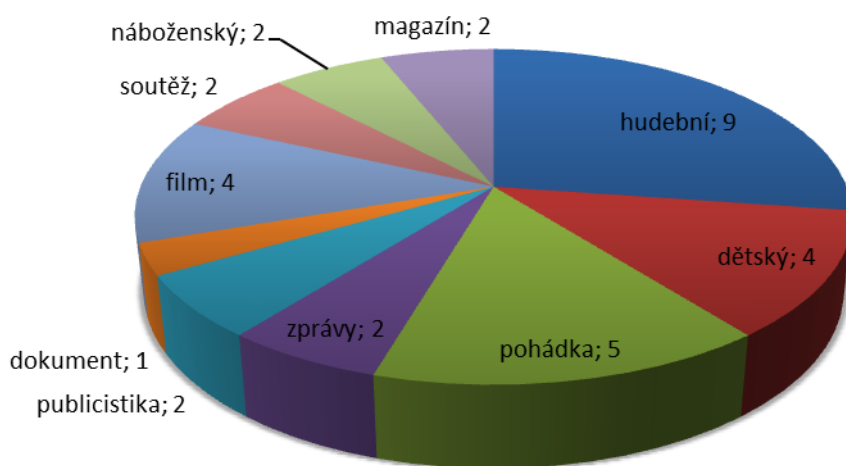
Příloha A - Ukázka pracovního listu	I
Příloha B – Nepoužité grafy	II, III

PŘÍLOHA A – Ukázka pracovního listu

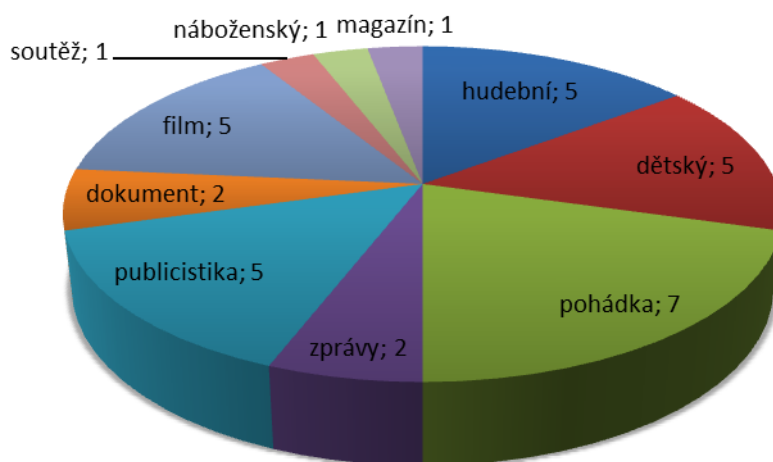
Den	Čas	Název	Původ	Rok výroby	Stopáž	Hraný/animovaný	Premiéra/repríza	Žánr
24.12.1998	19:30	Lotrando a Zubejda	ČR/BULH/FR	1996	106 min	hraný	repríza	pohádka
	21:15	Vánoční koncert Karla Gotta			75 min			hudební
	22:30	Jedna kočka za druhou			90 min	hraný		komedie
	0:00	Půnoční bohoslužba						
	17:15	O kouzelném zvonu	VB	1998	15 min	animovaný	premiéra	
	13:40	Hvězda života	ČR	1998	55 min	hraný	premiéra	
	12:35	Tichá myš	VB/ČR	1988	51 min	hraný	repríza	
	10:00	Pyšná princezna		1952	88 min	hraný	repríza	
	7:25	Willy Fog na cestě za dobrodružstvím	SPA	1993	25 min		repríza	
24.12.2000	19:30	Král sokolů	ovensko, Pols	2000	97 min	hraný	premiéra	pohádka
	21:15	Karel Gott a Eva Urbanová v Lucerně		2000	51 min			hudební
	22:05	Bible	USA/ČR	1995	84 min	hraný	premiéra	historický
	16:50	Tichá noc Bustera a Chaunceyho	USA	1998	49 min	animovaný	premiéra	
	13:15	Řád saténových mašlí	ČR	2000	60 min	hraný	premiéra	
	10:00	Princezna se zlatou hvězdou	ČR	1959	78 min	hraný	repríza	
24.12.2003	9:25	Garfield a přátelé	USA	1991	24 min	animovaný	premiéra	
	19:00	O svatební krajce	ČR	2003	80 min	hraný	premiéra	pohádka
	20:25	Bible - Starý zákon	It/Fr	2002	94 min	hraný	premiéra	historický
	22:05	Bílé vánoce		2003	40 min		premiéra	hudební
	16:35	Malvína	ČR	2003	59 min	hraný	premiéra	
	13:00	Zakletý vrch	ČR	1999	61 min	hraný	repríza	
24.12.2005	10:00	Pyšná princezna		1952	88 min	hraný	repríza	
	9:25	Sob Robbie a velké sobí hry	VB	1999	29 min	loutkový	premiéra	
	19:00	Království potoků	ČR	2005	79 min	hraný	premiéra	pohádka
	20:25	Veselé vánoční (pří)hody			44 min			talkshow
	21:10	Karel Gott 2005			61 min			hudební
	17:00	Pyšná princezna		1952	88 min	hraný	repríza	
	12:55	Boháč a chudák	ČR	2005	74 min	hraný	premiéra	
	10:00	Princezna se zlatou hvězdou		1959	78 min	hraný	repríza	
	9:20	Krása	ČR	1976	33 min	hraný	repríza	
	6:40	Kromaňonec	USA	1993	22 min	animovaný	repríza	
24.12.2008	6:25	Bolek a Lolek	Polsko	1964	9 min	animovaný	repríza	
	19:00	Kouzla kráľů	ČR	2008	93 min	hraný	premiéra	pohádka
	20:35	Veselé vánoční (pří)hody			52 min			talkshow
	21:30	Hledání Země Nezemě	USA/VB		97 min	hraný	premiéra	rodinný
	17:10	Pyšná princezna		1952	88 min	hraný	repríza	
	13:00	O štěstí a kráse	ČR	1986	64 min	hraný	repríza	
	9:40	Královský slib	ČR	2001	90 min	hraný	repríza	
	6:55	Babar a vánoce	Kanada	1986	25 min	animovaný	premiéra	
24.12.2010	19:00	Peklo s princeznou		2008	99 min	hraný	premiéra	pohádka
	20:45	Veselé vánoční (pří)hody			51 min			talkshow
	21:40	August Rush - Melodie mého srdce	USA		110 min	hraný	premiéra	drama
	17:30	Kouzelná tetička Valentýna	ČR	2008	57 min	hraný	premiéra	
	15:50	Byl jednou jeden král		1954	98 min	hraný	repríza	
	13:00	Zlatník Ondra	ČR	1995	66 min	hraný	repríza	
	9:40	Co takhle svatba, princí?		1986	91 min	hraný	repríza	
	6:30	O princezně která nesměla na slunce	ČR	1996	32 min	hraný	repríza	
	5:00	Inami	VB	2007	22 min	animovaný		

PŘÍLOHA B – Nepoužité grafy

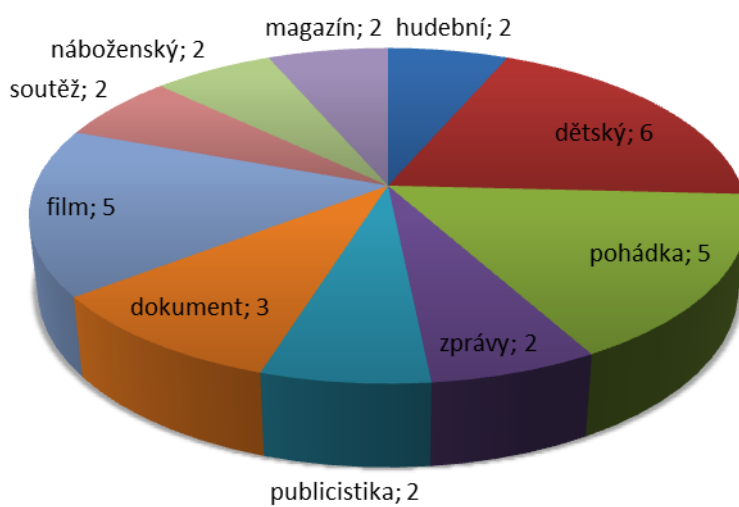
Programová skladba ČT1 z roku 2003



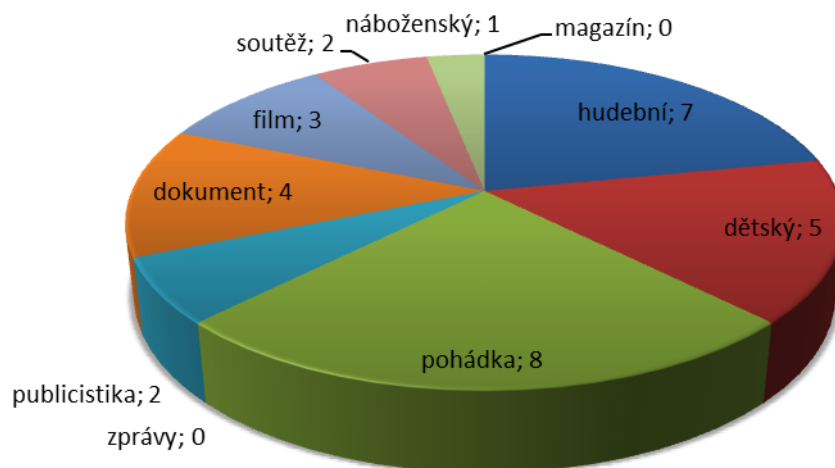
Programová skladba ČT1 z roku 2005



Programová skladba ČT1 z roku 2008



Programová skladba ČT1 z roku 2010



BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE

Jméno autora: Veronika Mejzlíková

Obor: Sociální a mediální komunikace

Forma studia: kombinované

Název práce: Vánoce na televizní obrazovce – proměny napříč časem

Rok: 2014

Počet stran textu bez příloh: 41

Celkový počet stran příloh: 3

Počet titulů českých použitých zdrojů: 18

Počet internetových zdrojů: 8

Počet ostatních zdrojů: 1

Vedoucí práce: ThDr. et PhDr. Mezuláník Radek, Ph.D.