

**UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA**

**BAKALÁŘSKÉ PREZENČNÍ STUDIUM**

2012–2015

**BAKALÁŘSKÁ PRÁCE**

**Zuzana Bouzková**

**Programová skladba ve veřejnoprávních a komerčních  
televizích a zastoupení nových televizních formátů**

Praha 2015

Vedoucí bakalářské práce: RNDr. Josef Musil, CSc.

**JAN AMOS KOMENSKY UNIVERSITY PRAGUE**

**BACHELOR FULL-TIME STUDIES**

2012-2015

**BACHELOR THESIS**

**Zuzana Bouzková**

**Schedule of public and commercial television and  
representation of new television formats**

Prague 2015

The Bachelor Thesis Work Supervisor: RNDr. Josef Musil, CSc.

### **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

Zuzana Bouzková

### **Poděkování**

Poděkování patří především vedoucímu mé práce RNDr. Josefu Musilovi, CSc. za odborné a trpělivé vedení.

## **Anotace**

Bakalářská práce je koncipována jako teoreticko-empirická. Bakalářská práce se ve své teoretické části zabývá elektronickým médiem – televizí, její programovou skladbou v komerčním a veřejnoprávním vysílání. Popsán je také vznik, vývoj a fungování duálního systému. Dále jsou zmíněny všechny důležité pojmy, které s programovou skladbou souvisí. V závěru teoretické části je věnována pozornost jednotlivým televizním žánrům a novým televizním formátům. V rámci pochopení souvislostí je lehce nastíněna historie televize, jejichž programová skladba je v praktické části porovnávána a analyzována, a to České televize a televize Prima. Praktická část pak v závěru na základě analýzy odpovídá na otázky ohledně programové skladby dvou vysílacích stanic ve dvou ročních obdobích.

## **Klíčová slova**

Česká televize, duální systém, komerční vysílání, média, pořad, program, reality show, televizní formát, televizní žánr, veřejnoprávní vysílání.

### **Annotation**

The Bachelor thesis is conceived as a theoretical-empirical. The Bachelor thesis deals in its theoretical part with the electronic media - television, its scheduling in commercial and public broadcasting. It is described the establishment, development and operation of the dual broadcasting system. Also are mentioned all the important terms that relate to schedule. In conclusion of the theoretical part is focused on various genres of television and new TV formats. In the context of understanding the continuity is slightly outlined the history of television Česká televize and TV Prima., its scheduling is compared and analyzed in the practical part. The practical part answers the questions about the schedule of two programmes in two seasons in the conclusion.

### **Key words**

Commercial broadcasting, Česká televize, dual broadcasting system, media, programme, public broadcasting, reality show, schedule, television genre, TV format.

# Obsah

<b>ÚVOD</b> .....	<b>9</b>
<b>TEORETICKÁ ČÁST</b> .....	<b>11</b>
<b>1 KOMUNIKACE HROMADNÝMI SDĚLOVACÍMI PROSTŘEDKY</b>	<b>11</b>
1.1 Hromadné sdělovací prostředky (médiá) .....	12
1.2 Funkce médií.....	13
1.3 Etika a zodpovědnost médií .....	14
1.4 Vysílání .....	16
<b>2 DUÁLNÍ SYSTÉM TELEVIZNÍHO VYSÍLÁNÍ</b> .....	<b>17</b>
2.1 Veřejnoprávní vysílání .....	18
2.2 Česká televize.....	18
2.3 Komerční vysílání .....	21
2.4 Digitalizace televizního vysílání .....	23
<b>3 TELEVIZNÍ PROGRAMOVÁ SKLADBA</b> .....	<b>25</b>
<b>4 TELEVIZNÍ ŽÁNRY</b> .....	<b>29</b>
4.1 Zpravodajství.....	30
4.2 Publicistika.....	31
4.3 Diskuzní pořady .....	31
4.4 Filmy .....	32
4.5 Seriály .....	32
4.6 Dokumenty .....	34
4.7 Ostatní televizní žánry.....	34
<b>5 NOVÉ TELEVIZNÍ FORMÁTY</b> .....	<b>36</b>
5.1 Kontejnerová show.....	37
5.2 Castingová show .....	37
5.3 Makeover show .....	38

5.4	Vztahová show .....	38
5.5	Emoční show .....	38
5.6	Dobrodružné show .....	39
5.7	Hvězdná show .....	39
5.8	Kuchařská show .....	39
<b>6</b>	<b>TV PRIMA .....</b>	<b>40</b>
	<b>PRAKTICKÁ ČÁST.....</b>	<b>42</b>
<b>7</b>	<b>VÝZKUM.....</b>	<b>42</b>
7.1	Vymezení výzkumného cíle.....	42
7.2	Výzkumné otázky.....	42
7.3	Výzkumný vzorek .....	43
7.4	Výzkumná metodika .....	44
7.5	Harmonogram výzkumu.....	46
7.6	Výsledky výzkumu.....	46
7.6.1	Podzimní období .....	46
7.6.2	Letní období .....	47
7.7	Interpretace a diskuze výsledků .....	49
7.7.1	Podzimní období .....	49
7.7.2	Letní období .....	51
7.8	Závěry výzkumu.....	53
	<b>ZÁVĚR.....</b>	<b>55</b>
	<b>SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ .....</b>	<b>57</b>
	<b>SEZNAM OBRÁZKŮ, TABULEK A GRAFŮ.....</b>	<b>59</b>



## ÚVOD

Lidská společnost je v posledních letech čím dál tím více ovlivňována elektronickými médii. Televize a její programová skladba patří v současné době mezi nejvlivnější hromadné sdělovací prostředky.

Tématem této bakalářské práce je programová skladba ve veřejnoprávních a komerčních televizích a zastoupení nových televizních formátů. Cílem práce bude na základě výzkumu, předložených získaných dat, popsat a porovnat programovou skladbu veřejnoprávní a komerční televize se zvláštním zřetelem k zastoupení nových televizních formátů.

Vývoj televizního vysílání, po jeho vzniku, byl poměrně rychlý a nyní je s nástupem digitalizace ve svém vývoji ještě rychlejší. Lidé neustále přichází s novými nápady na nové funkce a možnosti rozšíření televizního vysílání. Co se týká vysílaného obsahu, stále vznikají nové televizní pořady, a s nimi spojené televizní žánry. Mnohdy dochází ke stírání hranic mezi jednotlivými žánry a vznikají tak mediální produkty, které jsou na pomezí hned několika žánrů. Televize také přichází s novými televizními formáty, které se prvky reality show, emocemi, zajímavostí, často i obsahovou jednoduchostí a prvky soutěže snaží přilákat co nejvíce diváků k televizním obrazovkám. Televize se tak stává nezastupitelným zdrojem informací, ale také zábavy.

Právě zábava je jedinou náplní některých plnoformátových televizních stanic. Ve vysílání chybí žánry, jako jsou dokumenty, náboženské a vzdělávací pořady, magazíny apod. nebo nejsou zastoupeny v takové míře. Hovoříme především o komerčních stanicích, které mají většinu vysílaných pořadů pouze jako „pouzdro“ na reklamu. Čím vyšší sledovanost pořad má, tím lepším místem pro reklamu se stává a televize z ní tak čerpá více peněz. Na komerční televizi ovšem nemohou být uplatněny takové nároky jako na veřejnoprávní a proto je programová skladba soukromých, komerčních stanic jiná, jak stanic veřejnoprávních.

Volba tématu byla ovlivněna zájmem autorky o televizní vysílání a jeho duální systém, ale také aktuálností daného tématu. Ač si to lidé příliš neuvědomují, televizní program je aktuální každým dnem. Někteří z nás v současné době dokonce přizpůsobují svůj denní rozvrh, denní činnost televiznímu vysílání. Lidé jsou ve své podstatě ovládnuti

televizí a uzpůsobují svůj čas déle a času vysílání jednotlivých pořadů, ať už se jedná o televizní zprávy, seriály, dokumenty atd.

Bakalářská práce je koncipována jako teoreticko-empirická. Práce je ve své teoretické části zpracována od obecnějšího tématu, které je důležité si pro pochopení dalších souvislostí připomenout či osvojit, ke konkrétnějším pojmům, jako je například specifikace jednotlivých televizních žánrů a nových televizních formátů. Po teoretické části následuje praktická část, která se svým výzkumem snaží naplnit již zmíněný cíl práce a odpovědět na výzkumné otázky.

Autorka v teoretické části popisuje fungování duálního televizního vysílání. Konkretizuje žánry a nové formáty vyskytující se v programové skladbě veřejnoprávní České televize a komerční televize Prima. Právě první program České televize jako zástupce veřejnoprávní stanice a program televize Prima jako zástupce komerční stanice jsou v praktické části analyzovány a porovnány.

K porovnání a obsahové analýze, která byla zvolena jako výchozí výzkumná metoda, byly vybrány konkrétní tři žánry. Film a seriál, jako zástupci televizních žánrů a reality show, jako zástupce nových televizních formátů. Všechny tři vybrané žánry se vyskytují ve vysílacím schématu obou televizních stanic. Záměrně byly zvoleny dvě celoplošné plnoformátové a podle mediaresearch Asociace televizních organizací nejsledovanější televizní stanice. I přes to, že obě televizní stanice jsou plnoformátové – všeobecně zaměřené – jejich programová skladba se již na první pohled liší. Jak moc se liší v různých ročních obdobích, bude v konkrétních číselných hodnotách znázorněno v závěru praktické části této práce.

Tato bakalářská práce může otevřít prostor k diskuzi na téma vyváženosti a nevyváženosti zastoupení televizních žánrů, popřípadě formátů a jejich účinku na televizní diváky, příjemce.

# TEORETICKÁ ČÁST

## 1 KOMUNIKACE HROMADNÝMI SDĚLOVACÍMI PROSTŘEDKY

Spojení hromadné sdělovací prostředky nahrazuje stále častěji pojem (komunikační) média. Termín médium, odvozený z latinského slova *medium* (v překladu znamenající střed), označuje technické prostředky a sociální systémy sloužící k hromadné komunikaci. Komunikace, z latinského slova *communicatio* (v základním významu sdělení či sdílení), je přenos informace pomocí znakového systému. Komunikace může probíhat přímo mezi komunikujícími (komunikátor - vysílatel a komunikant - příjemce), v tom případě se mluví o interpersonální komunikaci, nebo nepřímo právě pomocí technologií zajišťujících produkci, přenos a příjem sdělení. Médii tedy rozumíme technický nástroj, ale také i příslušnou instituci.

Média hrají významnou součást každodenního života lidské společnosti, jsou nezastupitelným zdrojem informací, zábavy a z určitého hlediska i mezilidského kontaktu. Stojí na rozhraní mezi původními informacemi a publikem, kterému se informace dostávají. Jsou prostředníkem komunikace mezi jednotlivými skupinami ve společnosti. Zpráva, která se objeví v tisku, rozhlasu či na televizní obrazovce, není původní informací, nýbrž jednou z mnoha možných verzí jejího zpracování.

Komunikační médium zprostředkovává někomu nějaké sdělení. Medium je tedy tzv. „zprostředkovatelem“ informací. Proces zprostředkování informací je v mediální sféře nazýván pojmem medializace. Média medializují kontakt se společenskou realitou, ale také dotvářejí, přetvářejí a zcela mění. Ne vždy média splňují naplnění definice informace a to, že informace vede ke snížení neurčitosti (nejistoty) poznání. „*Jistotu poznání lze vyjádřit jako pravděpodobnost, že poznání odpovídá skutečnosti.*“<sup>1</sup> Ne všechna média vycházejí ze skutečnosti a předkládají tak svým recipientům spíše desinformace.

Komunikační média jsou velice složitá, v čase se proměňující sociálně komunikační jev, podmíněný dobovou, technickou, společenskou, kulturní a politickou

---

<sup>1</sup> MUSIL, J. *Sociální a mediální komunikace*. 1. vyd. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010, s. 12-13. ISBN 978-80-7452-002-0.

situací. Po vynálezu knihtisku byl největší zájem o tištěná média, dnes ve 21. století zájem o tiskovinu pomalu klesá a do popředí se dostávají audiovizuální interaktivní prostředky.

Komunikační efektivita, množství informace vstupující za jednotku času do krátkodobé paměti komunikanta během komunikačního procesu, s postupnou vizualizací stoupá, ale podíl analytické inteligence klesá.<sup>2</sup>

## 1.1 Hromadné sdělovací prostředky (médiá)

Klasická média se dělí na tištěná a elektronická. Mezi tištěná média patří noviny, časopisy, knihy, billboardy, letáky, plakáty, vyhlášky atd. Za tištěná média se v běžné řeči považují pouze tiskoviny vycházející alespoň dvakrát ročně tzv. periodika (noviny, časopisy), jež mají v hromadné sociální komunikaci největší význam. Mezi klasická elektronická média v současné době patří tradičně rozhlasové a televizní vysílání. Se stále rostoucím významem se mezi elektronická média řadí internet. Technicko-organizační prostředky jakými jsou videokazety, kompaktní disky (CD), DVD, telefon, atd. jsou také zahrnuty do elektronických médií, ale jejich význam a funkce na rozdíl od rozhlasu a televize jsou značně omezené.

Proces hromadné komunikace má velký rozsah, jednosměrný tok informací, standardizovaný obsah, propočítaný vztah, je neosobní a anonymní.<sup>3</sup> Součástí procesu mediální komunikace je tzv. mediální produkt.

Mediální produkt je vnitřně uspořádaný strukturovaný jednorázově či opakovaně zveřejňovaný celek nabídnutý uživateli, tvořený ve vzájemně provázaných rovinách. Mediálním produktem může být televizní pořad, zpráva na tiskové straně, ale i větší celek jakým je jedna televizní stanice. Způsob, pravidelnost, výběr a řazení jednotlivých prvků, jež tvoří mediální produkt, představují mediální „obsah“.

Obsahové zaměření je zpravidla společensky zakotvené. Typickým příkladem je zpravodajství, které se většinou seskupuje do šesti základních a obsahových oblastí: politika, ekonomika, zprávy z domova a ze zahraničí, zprávy z kultury a sport.

---

<sup>2</sup> MUSIL, J. *Sociální a mediální komunikace*. 1. vyd. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010, s. 23. ISBN 978-80-7452-002-0.

<sup>3</sup> McQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. 2. vyd. Praha: Portál, 2002, s. 60. ISBN 80-7178-714-0.

Předpokládané uspořádání obsahu má i zpráva. Zpráva má pravdivě odpovídat na novinářské otázky: Kdo? Co? Kdy? Kde?, případně Proč? Můžeme tedy říct, že značná část obsahu a způsobu zpracování je v podstatě stejná.

Co se týká obsahového zaměření lze od sebe odlišit média zaměřená všeobecně (denní tisk, plnoformátové rozhlasové a televizní stanice, jako jsou ČT 1, TV Nova, TV Prima, ČRo 1 – Radiožurnál) a média obsahově specializovaná (Hospodářské noviny – deník zaměřený na ekonomiku, filmový kanál typu HBO, dokumentární kanál typu Discovery).<sup>4</sup>

Mediální produkty se v mediální komunikaci neustále opakují. Velká část obsahu a způsobu zpracování mediálních produktů je v zásadě stejná. Opakovaný obsah recipient přijme jako platnou výpověď a skutečnost. Recipient není jediný důvod opakování a pravidelnosti výběru prvků pro vytváření celku v médiích. Opakování zažitých postupů při skládání celku vede k úspoře nákladu na daný produkt. Výroba jedinečného, nepředvídatelného produktu je mnohem nákladnější než rutinní a předem naplánovaná výroba.

## 1.2 Funkce médií

V souvislosti s mediálním produktem hovoříme o funkci médií. Funkce médií zkoumá, co média doopravdy dělají, k čemu slouží a jaký je účel jejich existence. Každý autor přistupuje k otázce funkcí médií různě a existuje tak mnoho dělení. Základními funkcemi jsou především: informační, zábavní a komerční funkce. Někteří autoři mluví o dalších funkcích, jako jsou funkce sociální, vzdělávací, kulturní nebo politické. Tato detailní dělení lze zařadit do některé z uvedených hlavních tří kategorií.

Zastoupení jednotlivých funkcí v konkrétních médiích se liší a mnohdy může být charakteristickým prvkem pro dané médium. Například od médií veřejné služby se očekává především vyvážená funkce informační a zábavná a jen okrajové zastoupení reklamy. „*Jednotlivé funkce se realizují jednotlivými žánry.*“<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B. *Média a společnost: stručný úvod do studia médií a mediální komunikace*. 1. vyd. Praha: Portál, 2003, s. 122 - 123. ISBN 80-7178-697-7.

<sup>5</sup> MUSIL, J. *Sociální a mediální komunikace*. 1. vyd. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010, s. 66. ISBN 978-80-7452-002-0.

Pojďme si přiblížit a blíže specifikovat tři hlavní funkce. Informační funkce poskytuje publiku nezbytné informace a je od počátků televizního vysílání plněna zpravodajstvím. Na základě typu obsahu, způsobu zpracování informace a žánrových znaků lze k této kategorii přiřadit kromě zpravodajství, také publicistiku, popularizační vědy, vzdělávací pořady a další. Důsledkem rozmanitosti médií, nových technologií a s nimi souvisejícím nepřehledným množstvím možností dochází ke splývání žánrů. Nejčastěji dochází ke směšování dvou hlavních funkcí, informační a zábavné. Infotainment odlehčuje formu informačního sdělení a činí ji pro diváka uchopitelnější, zábavnější, např. smíšením zprávy a komentáře do formy komentovaného zpravodajství. Zpráva je základním zpravodajským žánrem, která má věcně informovat o aktuální události. Komentář je publicistický žánr. „*Autor komentáře fakta analyzuje, řadí, vyvozuje logické závěry a předkládá tak příjemci svůj ucelený názor ke ztotožnění.*“<sup>6</sup>

Zábavná funkce je zdrojem pobavení a rozptýlení, prostředkem uvolnění a oslabení sociálního napětí. Zábavnou funkci nejvíce splňují elektronická média, zejména televize a internet. Televize od počátku nabízela zábavu jako rovnoprávnou složku programu. V posledních letech se televizní zábava přesouvá na speciální tematické kanály. Mezi televizní zábavu řadíme film, seriál, sitcom, soap operu, aj. (viz 4. kapitola).

Komerční funkce zajišťuje financování a fungování provozu média. Je především součástí komerčních médií a uplatňuje se i u médií veřejné služby. Základní typy plnění komerční funkce jsou reklama (v tisku zvaná jako inzerce), sponzoring a teleshopping. Konkrétně těmito třemi způsoby financování a fungováním komerčního vysílání obecně se zabývá druhá kapitola této práce.

### **1.3 Etika a zodpovědnost médií**

Média pro společnost znamenají z určitého hlediska přínos. Zpřístupňují kulturu, zábavu a informace širokým vrstvám občanů. Zvyšují aktuálnost informací, zajišťují bezprostřední poznání. Mohou okamžitě rozšířit závažné poplachové hlášení.

---

<sup>6</sup> VERNER, P. *Zpravodajství a publicistika*. 2. vyd. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010, s. 50. ISBN 978-80-86723-88-4.

Informačně a názorově homogenizují společnost na regionální, národní, mezinárodní a globální úrovni.<sup>7</sup>

Informační a společenský vliv médií závisí do jisté míry na důvěře recipientů, čtenářů, diváků, posluchačů, kteří informace přijímají. Se stále větším rostoucím vlivem médií na životy jednotlivců a na fungování státu a společnosti se očekává také větší odpovídající odpovědnost novinářů a všech pracovníků médií.

Povinnosti a zásady médií vycházejí z etického kodexu, který přijímají jak jednotlivé redakce, organizace, státní instituce, tak hlavně jejich zaměstnanci. Etický kodex se řadí do autoregulační složky a je závazný pro všechny členy organizace. Základními pojmy novinářské, mediální etiky jsou objektivnost, správnost (accuracy), jež zahrnuje také významy slov přesnost a pečlivost, nestrannost (impartiality), vyváženost (balance) a nezávislost (independence). Splnitelnost těchto cílů dokazuje asi nejznámější Směrnice pro tvorbu pořadů na BBC (British Broadcasting Corporation), řízená základním dokumentem s názvem *The Editorial Guidelines – BBC‘ Values and Standards*. Tento dokument je zároveň etickým kodexem, základní metodickou příručkou pracovníků britské veřejnoprávní rozhlasové a televizní společnosti BBC i součástí jejich pracovní smlouvy.

Činnost médií není ovlivňována pouze autoregulací, ale i regulací působící na média zvenčí. Regulace a autoregulace mohou činnost média do značné míry omezovat, ale zároveň dohlíží na jejich chod a vývoj. Příkladem regulačního orgánu je Rada pro rozhlasové a televizní vysílání, jež je dána zákonem. Rada pro rozhlasové a televizní vysílání je ústředním orgánem státní správy, dohlíží například na zachování a rozvoj plurality programové nabídky, na dodržování právních předpisů v oblasti vysílání, monitoruje obsah rozhlasového a televizního vysílání a dbá na jeho obsahovou nezávislost, spolupracuje s orgány Evropské unie a s regulačními orgány členských států, atd.<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> MUSIL, J. *Sociální a mediální komunikace*. 1. vyd. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010, s. 100-101. ISBN 978-80-7452-002-0.

<sup>8</sup> *Rada pro rozhlasové a televizní vysílání: Poslání Rady*. [online]. [cit. 2014-10-03]. Dostupné z: <http://www.rrtv.cz/cz/static/o-rade/poslani-rady/index.htm>

## 1.4 Vysílání

V elektronických médiích nesou největší význam média, v jejichž plném názvu se vyskytuje slovo vysílání. Vysílání angl. *broadcasting* v obecném významu znamená distribuci audio nebo video, respektive audiovizuálního signálu, který přenáší konkrétní informace, obsah, program posluchačům nebo divákům. Elektronická média se od počátku zavedení rozhlasového vysílání vyvíjí a je nutné je proto vnímat široce. Vysílání může probíhat skrze rozhlas, televizi, ale také například přes monitor počítače (tzv. live stream – živý přenos), záznam pořízený na DVD nahrávači, videokazetě apod.

K podstatným znakům vysílání v tradičním pojetí patří:

- systematické a záměrné sestavování programu určeného pro větší množství příjemců,
- šíření signálu nesoucího obsah vysílání z jednoho bodu k většímu množství konečných příjemců (point-to-multipoint),
- možnost současného příjmu,
- vnímání obsahu vysílání větším počtem příjemců.<sup>9</sup>

Vysílací média mají veliký rozsah a dosah, který nese rozmanité audiovizuální obsahy veřejného charakteru skrze složitou technologicko-organizační strukturu.

V České republice, podobně jako ve Velké Británii, Německu a dalších evropských zemích, existuje duální systém vysílání. Duální systém vysílání je založen na paralelní existenci komerčního či soukromého rozhlasového i televizního vysílání jako jedné složky systému a média veřejné služby jako složky druhé. Základní rolí komerčních rozhlasových a televizních stanic je tvorba zisku, vysílání reklamy. Média veřejné služby, „veřejnoprávních“ stanic, představují službu veřejnosti za koncesionářské poplatky (viz dále 2. kapitola). Duální systém je charakteristický pro demokratické evropské země, kde napomáhá pluralitě vysílání a zaručuje vysílání jak diváckým většinám, tak i různě definovaným menšinám.

---

<sup>9</sup> MUSIL, J. *Sociální a mediální komunikace*. 1. vyd. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010, s. 46. ISBN 978-80-7452-002-0.



## 2 DUÁLNÍ SYSTÉM TELEVIZNÍHO VYSÍLÁNÍ

První zkušební televizní vysílání bylo poprvé veřejně spuštěno 1. května roku 1953 ze Studia Praha v Měšťanské Besedě v tehdejší Československu, tedy 30 let po té co zde bylo zavedeno pravidelné rozhlasové vysílání. Provozovatelem byla Československá televize (ČST). Od 25. února roku 1954 Československá televize na základě vládního usnesení začala pravidelně vysílat a byl také zaveden koncesionářský měsíční poplatek, který tehdy činil 15 Kč měsíčně. Zpočátku televize vysílala dva až čtyři dny v týdnu, po pěti letech vysílání vysílala již každý den.<sup>10</sup>

V prvních letech byl na obrazovkách k vidění filmový deník, zpravodajství ČST, kvízové pořady. Svůj první přímý přenos z hokejového utkání v Praze odvysílala televize roku 1955. Tento přenos vedl k většímu zájmu obyvatel o koupi televizoru. Televizní publikum se rozšířilo. Postupně přišly další sportovní přenosy i ze zahraničí ze zimních olympijských her v Itálii.<sup>11</sup>

Od roku 1970 bylo spuštěno vysílání druhého programu ČST, na něm bylo později zahájeno pravidelné barevné vysílání pomocí systému SECAM. Roku 1990 ČST zahájila vysílání třetího kanálu pod názvem OK3, první federální program byl přejmenován na F1 a druhý program se rozdělil na český okruh ČTV a na slovenský okruh S1.<sup>12</sup>

Od prosince roku 1989 se v ČSR začaly objevovat první soukromé rozhlasové stanice, jejichž provozovatelům byly v průběhu roku 1990 uděleny experimentální licence. Tento spontánní vývoj vedl ke schválení zákona č. 468/1991 Sb., ve kterém byly stanoveny podmínky provozování rozhlasového a televizního vysílání. Tento zákon také zavedl již zmíněný duální systém vysílání.

Myšlenka duálního systému přetrvala dodnes. Česká televize, v té době ještě Československá, byla stanovena zákonem č. 483/1991 Sb., který přijala Česká národní rada 1. ledna 1992, jako televizní služba veřejnosti.<sup>13</sup> Zároveň byla zřízena Rada České televize jako orgán dozírající na činnost tohoto veřejnoprávního subjektu. S koncem

---

<sup>10</sup> *Česká televize: ČST v datech.* [online]. © 1996–2015 [cit. 2014-10-25]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/historie/ceskoslovenska-televize/cst-v-datech/>

<sup>11</sup> Tamtéž.

<sup>12</sup> KÖPPLOVÁ, B. et al. *Dějiny českých médií v datech: rozhlas – televize – mediální právo.* 1. vyd. Praha: Karolinum, 2003, s. 275. ISBN 80-246-0632-1.

<sup>13</sup> *Česká televize: ČST v datech.* [online]. © 1996–2015 [cit. 2014-10-25]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/historie/ceskoslovenska-televize/cst-v-datech/>

Československé republiky zanikla i Československá televize a federální televizní program F1. Česká televize nastoupila s programy ČT1 a ČT2.

## **2.1 Veřejnoprávní vysílání**

Jak již bylo v předchozí kapitole zmíněno, veřejnoprávní vysílání představuje službu veřejnosti za peníze veřejnosti a má tedy uspokojovat potřeby jednotlivců, společnosti a do určité míry i potřeby institucí. Za plnění těchto potřeb má zajištěny ekonomické podmínky existence.

Na rozdíl od demokratických zemí, kde se veřejnoprávní vysílání plynule vyvíjelo, etablovalo po celá desetiletí a v určitém okamžiku se takto pojmenovalo, aby se odlišilo od komerčního vysílání, byl pojem „veřejnoprávní služba“ v postkomunistických zemích zaveden. Veřejnoprávní vysílání bylo v postkomunistických zemích totiž jedinou službou, jiný typ vysílání zatím neexistoval. Důvodem byla liberalizace a odstátnění médií, jinak řečeno přetvoření státních médií na média veřejná, které bylo chápáno jako podmínka demokratizace médií. Řízení a systém médií, který byl v Československu zformulován ve druhé polovině 20. století, vykazoval velikou míru centralizace a jejich hlavní role tkvěla v prosazování ideologie. Na přelomu 80. a 90. let 20. století došlo k zásadnímu přebudování tohoto systému. Základním rysem nového systému byla svoboda projevu, možnost veřejně a bez jakýchkoliv omezení sdílet myšlenky o tématech různé povahy, vyjadřovat vlastní postoj a právo na informace. Na počátku 90. let se média začala měnit obsahově, zrušení dozoru nad médii umožnilo médiím ohlížet se na potřeby a zájmy diváků – publika.

## **2.2 Česká televize**

Veřejnoprávní televizní vysílání je v České republice zastoupeno Českou televizí, která, jak již bylo zmíněno, vysílá ze zákona. Česká televize se tak od 1. ledna 1992 stala na státu nezávislou institucí a byla ustanovena jako vysílací organizací veřejné služby. Česká televize, jakožto jediný veřejnoprávní televizní subjekt, zahájila své nově

koncipované vysílání 1. ledna 1993. Její programová skladba, financování, kontrola a struktura odpovídala v základních rysech standardním modelům evropské demokracie.<sup>14</sup>

Vysílání veřejné služby má zajištěno nekomerční financování z různých zdrojů. Mohou to být příjmy ze státního rozpočtu nebo zákonem nařízené televizní poplatky (případ ČR). Pro Českou televizi je rozhodujícím zdrojem příjmu televizní poplatek, který od roku 2008 podle zákona činí 135 Kč za měsíc. Televizní, v některých publikacích také nazývané jako koncesionářské, poplatky jsou vybíraný za užívání přijímače bez ohledu na to, jak často majitel přijímač užívá. Doplnkovým zdrojem příjmu České televize je komerční činnost, do které se řadí reklama a sponzoring.

Protože je veřejné vysílání převážně financováno prostřednictvím povinných poplatků vybíraných od všech vlastníků a uživatelů televizních (resp. rozhlasových) přijímačů, má společnost právo uplatňovat na vysílatele určité nároky a v míře kontrolovat jeho činnost. Právo veřejnosti na kontrolu činnosti České televize se uplatňuje skrze orgán Rady České televize.

*„Rada České televize má patnáct členů, které volí a odvolává Poslanecká sněmovna, a to tak, aby v ní byly zastoupeny významné regionální, politické, sociální a kulturní názorové proudy.“*<sup>15</sup> Generální ředitel České televize je jmenovaný Radou ČT na šestileté období. Rada není součástí České televize a je na televizi finančně nezávislá.

Dokument stávající se z jedenácti článků pojednávajících o poslání a povinnostech veřejné služby se nazývá Statut České televize. Součástí tohoto Statutu je Kodex České televize, který byl schválen Poslaneckou sněmovnou Parlamentu České republiky dne 2. července 2003.<sup>16</sup> Ještě předtím v roce 1993 se na základě dokumentů BBC a Rady Evropy stala součástí pracovní smlouvy všech a redaktorů a moderátorů zpravodajských a politických pořadů České televize stručná verze Kodexu zpravodajce. Kodex zpravodajce tehdy říkal, že pracovník musí poskytovat objektivní,

---

<sup>14</sup> ŠTROBLOVÁ, S. *Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa: filmová a televizní dramaturgie a programová skladba*. 1. vyd. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2009, s. 139. ISBN 978-80-86723-73-0.

<sup>15</sup> *Česká televize: Rada ČT*. [online]. © 1996–2015 [cit. 2014-10-25]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/rada-ct/>

<sup>16</sup> *Česká televize: Preambule a výklad pojmu*. [online]. © 1996–2015 [cit. 2014-10-25]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/kodex-ct/preambule-a-vyklad-pojmu/>

ověřené, vyvážené a všestranné informace, musí jednat nestranně (nepůsobit ve prospěch některého z hostů) a nesmí vystupovat v reklamních šotech a pořadech.

Kodex ČT stanovuje zásady tvorby programu České televize jako služby veřejnosti a ustanovuje Etický panel ČT jako nezávislý konzultační orgán, vyjadřující se k případům, kdy může být dotčena etika žurnalistické nebo umělecké tvorby.<sup>17</sup> „*Účelem Etického panelu je posílit důvěru veřejnosti v odpovědný přístup České televize k otázkám profesní etiky a jejího dodržování.*“<sup>18</sup>

Česká televize má šest televizních programů:

- plnoformátové programy:
  - ČT1,
  - a ČT2
- a tematické programy:
  - zpravodajský ČT24,
  - sportovní ČT sport,
  - dětský ČT :D
  - a kulturní ČT art.

Hlavní úkoly veřejné televizní služby stanovuje zákon 483/1991 Sb., o České televizi takto:

- „*poskytování objektivních, ověřených, ve svém celku vyvážených a všestranných informací pro svobodné vytváření názorů,*
- *přispívání k právnímu vědomí obyvatel České republiky,*
- *vytváření a šíření programů a poskytování vyvážené nabídky pořadů pro všechny skupiny obyvatel se zřetelem na svobodu jejich náboženské víry a přesvědčení, kulturu, etnický nebo národnostní původ, národní totožnost, sociální původ, věk nebo pohlaví tak, aby tyto programy a pořady odrážely rozmanitost názorů a politických, náboženských, filozofických a uměleckých směrů, a to s cílem posílit vzájemné porozumění a toleranci a podporovat soudržnost pluralitní společnosti,*

---

<sup>17</sup> ŠTROBLOVÁ, S. *Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa: filmová a televizní dramaturgie a programová skladba*. 1. vyd. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2009, s. 143. ISBN 978-80-86723-73-0.

<sup>18</sup> *Kodex České televize: zásady naplňování veřejné služby v oblasti televizního vysílání*. Praha: Česká televize, 2003, s. 45. ISBN 80-85005-46-8. Dostupné z: <http://img.ceskatelevize.cz/boss/image/contents/kodex-ct/pdf/kodex-ct.pdf>

- *rozvíjení kulturní identity obyvatel České republiky včetně příslušníků národnostních nebo etnických menšin,*
- *výroba a vysílání zejména zpravodajských, publicistických, dokumentárních, uměleckých, dramatických, sportovních, zábavných a vzdělávacích pořadů a pořadů pro děti a mládež.* <sup>19</sup>

## 2.3 Komerční vysílání

Základní rolí komerčního vysílání je tvorba zisku a to především vysíláním reklamy. Mediální produkty jsou stále více podřizovány tržní úspěšnosti. Z komerčního pohledu platí, že čím vyšší sledovanost pořad má, tím lepším a vhodnějším „pouzdem na reklamu“ se stává. Na rozdíl od vysílání veřejné služby, kde je vysílání financováno především z výtěžku přímé platby občanů, komerční vysílání provozuje svoji činnost z financí získaných z výtěžku vlastní komerční činností. Komerční média plní již zmiňovanou komerční funkci, jejímž hlavním cílem je financování provozu média.

Základní znak odlišující obě složky duálního systému, jak již z předchozího textu vyplývá, je způsob financování. Veřejnoprávní vysílání, zavedené zákonem, je převážně financováno z veřejných prostředků společnosti, která tak dostává právo a zájem uplatňovat na vysílání určité nároky. Tyto nároky jsou v jistém smyslu vyšší než na komerční vysílání. Pakliže by takové nároky nebyly uplatněny, veřejná služba by neměla smysl. Společnost se tak shoduje na definici úkolů služby, které musí být dostatečně konkrétní, aby následně mohly být kontrolovány. Problematika veřejnoprávního vysílání je složitější než u vysílání komerčního. Komerční média, financovaná vlastní komerční činností, jsou v tomto ohledu svobodnější, získávají více možností a nepodléhají takovému nátlaku ze strany společnosti, protože nejsou financována, jejichmi finančními příspěvky.

---

<sup>19</sup> *Česká televize: Statut ČT.* [online]. © 1996–2015 [cit. 2014-11-06]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/statut-ct/>

Základními typy plnění komerční funkce jsou:

- reklama,
- sponzoring,
- teleshoping.

Původ slova reklama pochází z latinského slova „clamare“, česky volat, křičet. Reklama je druh sociální komunikace, která má za cíl motivovat příjemce ke konkrétnímu jednání. Reklama představuje významný zdroj financování, u komerčních médií pak jediný. Televizní reklama je většinou krátký 30ti vteřinový spot. Vysílání reklam je zaměřeno na určité cílové skupiny, nejvíce oslovitelní jsou důchodci, kteří ovšem nedisponují příliš velkou kupní silou a ženy na mateřské dovolené. Reklama v televizi je nejvhodnější pro rychloobratové spotřební zboží, jako jsou prací prášky, jogurty apod.<sup>20</sup> Televizní reklama je přijímána diváky mnohem negativněji než reklama v ostatních médiích či reklama outdoorová. V televizi reklamu nelze „přeskočit“. Reklama je regulovaná Zákonem č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy.

Sponzoring je dnes už součástí komerčního vysílání. Sponzor finančně přispívá na vysílání pořadů a je v této roli během vysílání pořadu uveden. Ve vysílaném pořadu se pak na pár vteřin objeví logo sponzora. Sponzorský vzkaz, logo může být umístěno i ve studiu. Televizní diváci vnímají sponzoring příznivěji než reklamu, zejména protože tolik neobtěžuje během pořadu. Poslední dobou se u sponzorů stává velmi oblíbený product placement, kdy jsou reálný produkt nebo služba sponzora zařazeny do děje pořadu. S pojmem product placement také úzce souvisí skrytá reklama. Skrytou reklamou se rozumí reklama, která tak není označena a u diváka vyvolává dojem, že se o reklamu nejedná. Skrytá reklama je podle Zákona o regulaci reklamy u nás zakázána.

Teleshoping neboli přímý televizní prodej „*spojuje reklamní šot s možností okamžitého telefonického nebo e-mailového objednání zboží.*“<sup>21</sup> Jedná se o poměrně účinný trik jak v momentální situaci motivovat diváka ke koupi daného zboží.

První celoplošnou komerční televizí vysílající reklamu jakožto zdroj financování se u nás v roce 1993 stala televize TV Nova. TV Nova nebyla jedinou soukromou televizní stanicí, která se u nás začala etablovat. V roce 1994 získala stanice Premiéra TV

---

<sup>20</sup> MUSIL, J. *Sociální a mediální komunikace*. 1. vyd. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010, s. 91. ISBN 978-80-7452-002-0.

<sup>21</sup> Tamtéž, s. 96

také licenci k provozování celoplošného vysílání.<sup>22</sup> Vznik soukromých stanic přivedl do Českého státu řadu zahraničních vlastníků a s nimi i investice do nových technologií. S novými technologiemi a vlastníky přišly i nové zahraniční trendy, o kterých české publikum nemělo dosud ani zdání.

## 2.4 Digitalizace televizního vysílání

Přechod z analogového na digitální televizní vysílání sebou přinesl spousty výhod: větší interaktivitu, doplňkové služby, vysoce kvalitní příjem signálu za jakýchkoliv podmínek, úspory v kmitočtovém pásmu, lepší kvalitu obrazu a zvuku a větší nabídku programů.

DVB-T z anglického Digital Video Broadcasting – Terrestrial v překladu digitální pozemní vysílání je nový způsob šíření televizního a rozhlasového signálu pomocí elektromagnetických vln prostřednictvím zemských vysílačů. Vysílání probíhá přes v zemi pevně ukotvené vysílače a je přijímáno standardními anténami, není to vysílání satelitní (DVB-S), ani kabelové (DVB-C), proto se nazývá terestrické tedy pozemní.

Důvodem přechodu od analogového vysílání<sup>23</sup>, které má v naší zemi více jak padesátiletou tradici, na digitální vysílání se stala omezenost elektromagnetického spektra. Na rozdíl od analogového vysílání, kde na konkrétní frekvenci mohl být vysílán pouze jeden konkrétní program, digitální vysílání umožňuje na jedné frekvenci vysílat jeden komplexní celek, obsahující až šest televizních a rozhlasových programů a celou řadu doplňkových a interaktivních služeb (internet, telefonní spojení atd.). Tento celek spojení různých datových toků se nazývá multiplex. Multiplex se svým rychlým vývojem stává obalem na datové služby.

Digitalizace proběhla ve většině evropských zemí již v minulém desetiletí. U nás byl přechod na digitalizované vysílání značně opožděn. Česká televize ve spolupráci s Českými radiokomunikacemi zahájila zkušební terestrické digitální vysílání v roce

---

<sup>22</sup> BEDNAŘÍK, P., JIRÁK, J., Köpplová, B. *Dějiny českých médií: od počátku do současnosti*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, s. 378. ISBN: 978-80-247-3028-8.

<sup>23</sup> Analogové televizní vysílání šíří signál pomocí elektromagnetických vln prostřednictvím analogových televizních vysílačů. Signál obsahuje informaci o televizních programech je spojité jak v čase, tak v hodnotě. (Štroblová, 2009, s. 141)

2000. Po pěti letech (21. května 2005) zkušebního vysílání se začaly vysílat první programy. Licenci získala veřejnoprávní Česká televize, komerční TV NOVA a TV Prima, hudební televize Óčko a křesťanská televize Noe.

Digitalizace je jediný způsob, jak zvýšit počet široce dostupných televizních programů kromě satelitní televize.<sup>24</sup> Podoba českých médií se zvolna díky digitalizaci přibližuje vzorům západního světa.

---

<sup>24</sup> MUSIL, J. *Sociální a mediální komunikace*. 1. vyd. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010, s. 57. ISBN 978-80-7452-002-0.



### 3 TELEVIZNÍ PROGRAMOVÁ SKLADBA

Základním pilířem televizní stanice je program a jeho skladba. Od správného sestavení televizního programu se odvíjí divácká úspěšnost televizní stanice, v případě komerčních stanic na něm závisí zisky z reklam.

Programem (angl. schedule) se v televizním vysílání rozumí záměrné časové uspořádání jednotlivých televizních pořadů a dalších částí vysílání na daném přenosovém kanále vyhrazeném pro jejich šíření v daném období.<sup>25</sup> Sestavování programu tzv. scheduling, včetně služeb s ním souvisejících, má na starost provozovatel televizního vysílání. Provozovatel televizního vysílání je fyzická nebo právnická osoba, která dále určuje způsob uspořádání vysílání a má za toto vysílání, podle zákona 231/2001 Sb. o provozování rozhlasového a televizního vysílání, redakční odpovědnost.

Podle přístupnosti programové služby recipientům se dělí program na:

- program volný tzv. nekódovaný, jehož příjem je umožněn na všech standardních přijímačích a je neplacený,
- program placený, kódovaný, jehož příjem je možný pouze s použitím přídatných technických zařízení tzv. dekóderů, např. set-top box, který zprostředkuje příjem dekódováním za poplatek.<sup>26</sup>

Základními jednotkami programu jsou pořady. Pořad v televizním vysílání je pohyblivá obrazová sekvence se zvukem nebo bez zvuku, která je obsahově souvislá, celistvá, časově ohraničená tvořící uzavřený celek vysílání a představuje samostatnou položku televizního programu.<sup>27</sup> Vymezení pořadu v programu je obvykle dáno úvodními a závěrečnými titulky. Spojením více pořadů do jednoho celku v rámci celkového programu vzniká tzv. programový blok. Pojmy program a pořad se velmi často používají jako synonyma, i přes to, že jejich význam není totožný.

Program je vnitřně strukturovaný, lze jej členit a jednotlivé pořady rozdělit podle různých kritérií.

---

<sup>25</sup> OSVALDOVÁ, B., HALADA, J. et al. *Encyklopedie praktické žurnalistiky*. 1. vyd. Praha: Libri, 1999, s. 140. ISBN 80-85983-76-1.

<sup>26</sup> Tamtéž, s. 142

<sup>27</sup> Zákon č. 231/2001 Sb. o provozování rozhlasového a televizního vysílání ze dne 17. května 2001. In: *Sbírka zákonů České republiky*, 2001, s. 2. Dostupné z: <http://www.rrtv.cz/cz/static/cim-se-ridime/stavajici-pravni-predpisy/pdf/231-2001.pdf>

Program se nejčastěji člení na:

- žurnalistický – zpravodajský, publicistický
- umělecký – slovesný, hudební
- vzdělávací,
- zábavní.<sup>28</sup>

Z hlediska příjemců, lze diferencovat program podle věku, pohlaví a zájmů diváka. Z hlediska teritoriálního lze členit program na:

- domácí
- zahraniční,
- regionální,
- městský apod.<sup>29</sup>

Podle dosahu lze dělit programy na:

- celoplošné
- regionální
- lokální či místní

Celoplošné vysílání programů je šířeno v rámci územního celku spadajícího pod správu určitého státního celku. Může být přijímáno v případě televizního vysílání alespoň sedmdesáti procenty obyvatel České republiky. Regionální vysílání programů zasahuje více okresů a může být přijímáno v případě televizního vysílání více než jedním procentem a méně než sedmdesáti procenty obyvatel České republiky. Lokální vysílání programů je určeno pro oblast, kde je program vytvářen. Oblast může tvořit jen město či okres. Pokrytí lokálního vysílání nesmí přesáhnout jedno procento obyvatel České republiky. Procentuální údaje pochází ze zákona 231/2001 Sb. O provozování rozhlasového a televizního vysílání.<sup>30</sup>

Podle programového formátu lze program členit na program:

- plnoformátový a
- tematický.

---

<sup>28</sup> OSVALDOVÁ, B., HALADA, J. et al. *Encyklopedie praktické žurnalistiky*. 1. vyd. Praha: Libri, 1999, s. 141. ISBN 80-85983-76-1.

<sup>29</sup> Tamtéž, s. 141.

<sup>30</sup> Zákon č. 231/2001 Sb. o provozování rozhlasového a televizního vysílání ze dne 17. května 2001. In: *Sbírka zákonů České republiky*, 2001, s. 2. Dostupné z: <http://www.rrtv.cz/cz/static/cim-se-ridime/stavajici-pravni-predpisy/pdf/231-2001.pdf>

Plnoformátový program také nazývaný jako všeobecný či univerzální, obsahuje široké spektrum televizních pořadů. Tento program informuje, baví a vzdělává široké publikum. Plnoformátové programy vytvářejí hlavně veřejnoprávní televize. Tematický program, také nazývaný jako specializovaný, vysílá pořady stejného či podobného typu nebo pořady zaměřující se na určitou cílovou skupinu např. pouze na děti, na ženy, atd.<sup>31</sup>

Vysílací čas plnoformátových televizních stanic se dělí do jednotlivých časových pásem. Časový úsek nazývaný anglicky day-time se pohybuje v časovém rozmezí 6:00 – 22:00 hodin. Časový úsek night-time se pohybuje v časovém rozmezí 22:00 - 6:00. Oba časové úseky lze rozdělit do menších časových celků:

Tabulka 1: Časová vysílací pásma

0:00	1:00	2:00	3:00	4:00	5:00	6:00	7:00	8:00	9:00	10:00	11:00	12:00	13:00	14:00	15:00	16:00	17:00	17:30	18:00	18:30	19:00	20:00	21:00	22:00	23:00	23:30
LN						EM	M					A				LA	AP			PT				LF		

Zdroj<sup>32</sup>

- LN – late night – 0:00 – 6:00
- EM – early morning 6:00 – 8:00
- M – morning 8:00 - 12:00
- A – afternoon 12:00 - 16:00
- LA – late afternoon 16:00 - 17:30
- AP – acces prime time 17:30 - 19:00
- PT – prime time 18:00 – 22:00
- LF – late fringe – 22:00 - 0:00<sup>33</sup>

Nejsledovanějším časovým úsekem během dne je pak tzv. prime time (PT) neboli hlavní vysílací čas, který se pohybuje v časovém rozmezí 18:00 – 22:00. Prime time se posunuje v závislosti na dnech, v sobotu je hlavní film nasazen až po 21. hodině. Hlavní

<sup>31</sup> OSVALDOVÁ, B., HALADA, J. et al. *Encyklopedie praktické žurnalistiky*. 1. vyd. Praha: Libri, 1999, s. 141. ISBN 80-85983-76-1.

<sup>32</sup> autor práce, 2015

<sup>33</sup> HEROTOVÁ, J. *Média a reklamní prostředí*. [online]. © 2012 [cit. 2014-12-10]. Dostupné z: [http://www.vsem.cz/data/data/sis-texty/studijni-texty-bc/st\\_rapr\\_mar\\_p\\_herotova2.pdf](http://www.vsem.cz/data/data/sis-texty/studijni-texty-bc/st_rapr_mar_p_herotova2.pdf)

vysílací čas se odvíjí také od sezónního rytmu cílových skupin, velké rozdíly nastávají mezi létem a zimou.<sup>34</sup>

Televizní společnosti plánují skladbu svého programu dlouhodobě dopředu. Jednou ročně své vysílací schéma upravují, a to v září, kdy má divák po prázdninách a dovolených zvýšený zájem o televizní program. Základ tvoří vysílací osa, na kterou se podle diváckých stereotypů umisťují jednotlivé pořady.

Základní jednotkou programování je tzv. „time slot“, v češtině tomuto spojení odpovídá pojem programové okno. Do programových oken jsou řazeny jednotlivé pořady podle charakteru a časového rozložení vycházejícího z koncepce dané televize. Time slot „označuje místo v časovém rozvrhu programového schématu“.<sup>35</sup> Programové schéma stanovuje obsah, žánrovou strukturu, rozsah a umístění pořadů v rámci dnů, týdnů, měsíců a roku. Časové délky programových oken jsou nejčastěji 15 minut, 30 minut a 60 minut. Pořady řazené do těchto délek programových oken mají výrobní délku o tři až osm minut kratší než je původní délka programového okna. Zaokrouhlení časů dané mezinárodními zvyklostmi, slouží k lepší orientaci diváků v programu a k využití časového rozdílu k odvysílání reklam, programových upoutávek a jiných oznámení, které je třeba odvysílat.

Konkrétním vyjádřením realizace programového schématu je vysílací plán. Položky programového schématu jsou řazeny do konkrétních vysílacích časů, obsahují výrobní, věcné a časové údaje o pořadech, které slouží nejen k informovanosti diváka o pořadu, ale také k nezbytnému chodu vysílání. Detailní vysílací plán je připravován v předstihu a až do jeho uzávěrky se neustále aktualizuje.

---

<sup>34</sup> ŠTROBLOVÁ, S. *Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa: filmová a televizní dramaturgie a programová skladba*. 1. vyd. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2009, s. 134. ISBN 978-80-86723-73-0.

<sup>35</sup> MOTAL, J. et al. *Nové trendy v médiích II: rozhlas a televize*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2012, s. 128. ISBN 978-80-210-5826-2.

## 4 TELEVIZNÍ ŽÁNRY

Žánry byly kdysi nejdříve používány pro odlišení slovesných, později výtvarných, hudebních a filmových děl. Podobně jako v literatuře, umění a hudbě i v televizi můžeme dnes odlišit jednotlivé žánry, a to žánry televizní.

Slovo žánr pocházející z francouzského *genre* v překladu rod, druh nebo typ představuje souhrn znaků typických pro dílo stejného zaměření. Televizní žánry označují pořady, které mají společné prvky, charakteristické rysy, jsou vymezeny funkcí a především jsou tematicky a kompozičně podobné. Burton ve své knize Úvod do studia médií charakterizuje žánr jako ustálený, opakující se typ či kategorie mediálních produktů vyznačujících se společnými rysy (tematickými, kompozičními či formálními).<sup>36</sup> Přidělení konkrétního žánru, divákovi pomáhá identifikovat dané dílo, případně se s ním ztotožnit.

Jak již bylo v první kapitole zmíněno, jednotlivé funkce elektronických médií se realizují různými žánry. Žánr byl ještě do sedmdesátých let dvacátého století chápán jako pevná struktura definičních znaků. Žánry nejsou neměnné a stejně jako u funkcí elektronických médií, u kterých v současnosti dochází ke stírání hranic mezi jednotlivými funkcemi, dochází i k prolínání žánrů. Prolínání žánrů způsobuje míchání jednotlivých definičních a charakteristických znaků žánrů. Vznikají žánry nové a s nimi spojené nové televizní formáty (viz kapitola 5).

Televizní pořady je možné rozdělit podle jednotlivých typů žánru na:

- zpravodajství
- publicistiku
- diskuzní pořady
- filmy
- seriály
- dokumenty
- sport
- pořady pro děti a mládež

---

<sup>36</sup> BURTON, G., JIRÁK, J. *Úvod do studia médií*. 1. vyd. Brno: Barrister & Principal, 2001, s. 160. ISBN 80-85947-67-6.

- hudební pořady
- náboženské pořady
- zábavné pořady (a soutěžní pořady)
- magazíny
- vzdělávací pořady

## 4.1 Zpravodajství

Televizní zpravodajství je nejstarší formou žánru, který plní informační funkci. Právě kvůli nezastupitelné informační funkci je televizní zpravodajství nejsledovanějším pořadem na všech českých stanicích.

McQuail ve své knize Úvod do teorie masové komunikace připsal zpravodajství hlavní atributy, některými z nich jsou např. aktuálnost, oznamování, zlomkovitá povaha, pomíjivost, nečekanost, nápadnost, zajímavost, fakticita a předvídatelnost.<sup>37</sup>

Základem zpravodajství je zpráva, která by podle žurnalistické definice měla odpovídat na otázky Kdo? Co? Kdy? Kde?. Zpráva musí být objektivní, nesmí tedy obsahovat názor a hodnocení autora. Ve zprávě však může být uveden názor konkrétní třetí osoby (např. politika) pouze za předpokladu, že událost je recipientovi již z dřívějšíka známá a z formulace musí být jasné, že se jedná o subjektivní názor konkrétní osoby. Je-li komunikace mezi redaktorem a respondentem symetrická a redaktor užívá rozhovoru k získání informací, můžeme mluvit o žánru interview (rozhovor). Odpovědi dotazovaného se musí týkat tématu zprávy. Interview se také může řadit do publicistického žánru, kdy respondent odpovídá na pátou novinářskou otázku: Proč?.

Důležitým informačním zdrojem televizního zpravodajství je ČTK neboli Česká tisková kancelář, zpravodajská agentura, která shromažďuje a zpracovává objektivní a všestranné informace a poskytuje je médiím, která je dále předávají svým recipientům. „Česká tisková kancelář je zákonem zřízená veřejnoprávní instituce. Není financována státem, ani z koncesionářských poplatků.“<sup>38</sup>

<sup>37</sup> McQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. 2. vyd. Praha: Portál, 2002, s. 301. ISBN 80-7178-714-0.

<sup>38</sup> *Česká tisková kancelář: O ČTK*. [online]. © 2011 [cit. 2014-12-10]. Dostupné z: [http://www.ctk.cz/o\\_ctk/](http://www.ctk.cz/o_ctk/)

Finančními zdroji tiskové kanceláře jsou příjmy z úplatného poskytování svých služeb a různé podnikatelské činnosti.

České televizi, jakožto veřejnoprávnímu subjektu, nekonkuruje z pohledu zpravodajské stránky žádná jiná česká televize. Česká televize vyniká rozsáhlou sítí zahraničních i domácích zpravodajů. Komerční televize se zaměřují hlavně na zpravodajství z domova. Po zavedení digitalizace přišla Česká televize se speciálním zpravodajským kanálem ČT 24, který celých dvacet čtyři hodin denně informuje o aktuálním dění v České republice i v zahraničí.

## **4.2 Publicistika**

Publicistický žánr je rovněž jako zpravodajský žánr součástí žurnalistiky. Na rozdíl od zpravodajství, které, jak již bylo zmíněno v předešlé podkapitole, je zaměřeno na objektivní fakta a nesmí obsahovat subjektivní názor, publicistické pořady jsou subjektivní záležitostí. Kromě informací obsahují vlastní názor, hodnocení a subjektivní přístup. Televizní publicistický pořad je zaměřen především na veřejnost, objasňuje a vysvětluje situace, události a myšlenky. Mezi publicistické televizní žánry patří reportáž, komentář a interview.

## **4.3 Diskuzní pořady**

Do Evropy přišel tento typ pořadu ze Spojených států amerických, kde se pořad označuje jako talk show. Většina vysílaných diskuzních pořadů vychází z amerických vzorů. Tvůrce první televizní talk show byl Phillip John Donahue, který se proslavil tématy, která do té doby byla tabu – homosexualita, potraty, válečné protesty. Zlom nastal v roce 1986, kdy se na scéně diskuzního pořadu objevila dvaatřicetiletá černoška Oprah Winfrey, která prostřednictvím emocí, zajímavých témat a hostů přilákala k tomuto žánru

více diváků. Její pořad *The Oprah Winfrey Show* se stal nejsledovanějším televizním pořadem v Americe a Oprah Winfrey za něj získala mnoho cen.<sup>39</sup>

Diskuzní pořady jsou založeny na rozhovorech mezi moderátorem a jeho hostem. Podle tématu a hosta můžeme diskuzní pořady rozdělit na informační, zábavné, tematické či se slavnými osobnostmi. Součástí diskuzního pořadu je přítomnost mnohdy i spoluúčast živého publika.

#### 4.4 filmy

Televizní film je sled záběrů, audiovizuální dílo, skládající se ze zvukových, obrazových a skladebních složek, které slouží jako prostředek ke zpracování předem připraveného námětu. Realita není podmínkou filmového námětu, námět je mnohdy smyšlený a celé vystoupení je předem připravené. Většina filmů je hraných, to znamená, že příběh filmu je ztvárněn herci. Film se řadí do televizní zábavy.

Prvními a základními žánry filmu byly drama, komedie a tragédie. Mezi další filmové žánry dnes už patří: animovaný film, pohádka, fantasy, sci-fi, dobrodružný film, akční film, kriminální film, detektivka, muzikál, melodrama, western, katastrofický film, thriller, horor, historický film, válečný film, životopisný film, atd. V současné době dochází k vzájemnému míšení jednotlivých filmových žánrů a následkem toho vznikají neustále žánry nové.

#### 4.5 Seriály

Televizní zábavu zajišťují tzv. seriály. Seriály jsou tvořeny cyklem souvisejících příběhů, které jsou uveřejňovány na pokračování. Hlavní zásadou seriálů je, že „se stále musí něco dít, ale nikdy se nesmí nic skutečně závažného stát“.<sup>40</sup> Užitím tohoto pravidla

---

<sup>39</sup> ŠTROBLOVÁ, S. *Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa: filmová a televizní dramaturgie a programová skladba*. 1. vyd. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2009, s. 119. ISBN 978-80-86723-73-0.

<sup>40</sup> MUSIL, J. *Sociální a mediální komunikace*. 1. vyd. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010, s. 85. ISBN 978-80-7452-002-0.



přesáhne počet odvysílaných dílů seriálu často i tisícovku. Na rozdíl od televizní série má televizní seriál dějovou návaznost a konec. Televizní série je nekonečný soubor oddělených příběhů, které spolu souvisejí většinou jen charakterem děje, postavami, prostředím a v každé epizodě se uzavrou. Dějová návaznost téměř neexistuje.<sup>41</sup> První vysílání seriálů se u nás datuje od roku 1959, tedy ještě v tehdejší Československu. První seriál se tehdy nazýval Rodina Bláhových a byl vysílán z barrandovských ateliérů.

Nejstarším typem seriálů je sitcom neboli situační komedie. Sitcom je charakteristický jednoduchým humorem, snadnou výpravou a klipovitým dějem.<sup>42</sup>

Dalším typem seriálu jsou kriminální seriály, nebo spíše cykly. Cyklus se od seriálu liší dějovou uzavřeností každého dílu a napínavým příběhem. Jednotlivé díly jsou propojeny hlavní postavou, která ztvárňuje roli policisty, vyšetřovatele.

Soap opera je řada na sebe navazujících příběhů orientovaných na ženské publikum. Slovo „soap“, v českém překladu mýdlo, pochází z let, kdy byl tento žánr spojován s produkty pro domácnost, prací prášky, od firmy Procter and Gamble, která pořad sponzorovala. Soap opera je nejstarším, na sebe navazujícím pořadem, která byla poprvé odvysílána rozhlasem, později i v televizi, v roce 1937 ve Spojených státech amerických. Soap opera je jedinečná způsobem vyprávění, preferuje se v ní dialog před akcí a velká pozornost je věnována rodinným hodnotám a roli matek a žen v domácnosti.<sup>43</sup>

Soap operu lze rozlišit na tři základní druhy:

- denní soap opera,
- telenovela a
- prime-time opera.

Denní soap opera je charakteristická interiérem, ve kterém se postavy pohybují. Mezi postavami je vždy jedna dominantní, kolem které se celý děj odehrává. Soap opera se zaměřuje na zisk, na reklamu, proto je třeba točit rychle za pomoci velkého týmu tvůrců. Telenovela se od denní soap opery příliš neliší. Důraz je kladen na lásku hlavních postav a přesný počet epizod. Prime-time opera, jak už název napovídá, je zařazená do

---

<sup>41</sup> OSVALDOVÁ, B., HALADA, J. et al. *Encyklopedie praktické žurnalistiky*. 1. vyd. Praha: Libri, 1999, s. 170. ISBN 80-85983-76-1.

<sup>42</sup> MUSIL, J. *Sociální a mediální komunikace*. 1. vyd. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010, s. 85. ISBN 978-80-7452-002-0.

<sup>43</sup> McQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. 2. vyd. Praha: Portál, 2002, s. 296. ISBN 80-7178-714-0.

hlavního vysílacího času a kvůli tomu je na ni kladena větší dramatičnost, realističnost a větší množství zápletek než je u denní soap opery.<sup>44</sup>

## 4.6 Dokumenty

Hlavním cílem dokumentu je zachytit a zprostředkovat děje, jevy, příběhy, kauzy a to z historie, současnosti, ale i budoucnosti. Dokument, na rozdíl od hraného filmu, snímá realitu.

Poprvé se pojem dokument objevil v kinematografii v roce 1895 v Paříži. Bratři Lumiérové takto označovali krátké filmy, které zachycovaly to, co se skutečně dělo před kamerou. Jedním z nich byl i známý *Příjezd vlaku*. U nás se o první dokumentární filmy pokusil v roce 1898 Jan Kříženecký, který promítal svá díla v dřevěné boudě nazvané Český kinematograf. V současnosti existuje v televizi mnoho dokumentárně zaměřených kanálů.<sup>45</sup>

## 4.7 Ostatní televizní žánry

**Sportovní pořady** jsou z větší části především mužskou záležitostí. Řadí se sem různé sportovní přenosy, záznamy sestříhy a magazíny. V období olympijských her se počet odvysílaných sportovních pořadů zvyšuje.

**Pořady pro děti a mládež** jsou vysílány nejčastěji v odpoledních hodinách ve všední dny a v ranních hodinách o víkendech, kdy je cílová skupina doma. Účelem těchto pořadů je děti a mládež zabavit či je zábavnou formou něčemu přiučit.

**Hudební pořady** zahrnují například přenosy koncertů různých hudebních žánrů, hudební hitparády atd.

---

<sup>44</sup> ŠTROBLOVÁ, S. *Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa: filmová a televizní dramaturgie a programová skladba*. 1. vyd. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2009, s. 115. ISBN 978-80-86723-73-0.

<sup>45</sup> Tamtéž, s. 98.

**Náboženské pořady** jsou určeny především věřícím divákům. Náboženské pořady jsou koncipovány i pro nevěřící diváky, kteří se o konkrétní náboženství a jeho historii zajímají.

**Zábavné pořady**, mají za cíl pobavit diváka. Zábavné pořady zahrnují různé hry a losování, zábavná vystoupení jako je např. silvestrovský speciál, talk show, kabarety varieté či soutěžní pořady. Většina televizních soutěží jsou charakteru vědomostního, sportovního či vedoucího k zisku vysoké finanční částky. Soutěžní pořady jsou podle statistik sledovanosti jednotlivých televizních stanic velmi oblíbené.

Televizní **magazín** je složen „z většího počtu kratších příspěvků často spojených průvodním slovem moderátora“.<sup>46</sup> Každý magazín je typický svým tématem např. magazíny pro zahrádkaře, chovatele zvířat, cestovatele, matky na mateřské dovolené atd.

Účelem **vzdělávacích pořadů** je diváka především vzdělat v určitém směru. Např. cizojazyčný vzdělávací pořad.

---

<sup>46</sup> OSVALDOVÁ, B., HALADA, J. et al. *Encyklopedie praktické žurnalistiky*. 1. vyd. Praha: Libri, 1999, s. 102. ISBN 80-85983-76-1

## 5 NOVÉ TELEVIZNÍ FORMÁTY

Pojem formát bývá často ztotožňován s pojmem žánr, formát má ovšem jinou povahu. Žánr je v současné době spíše útvarem teoretickým, formát je útvarem praktickým. Televizní formát se nejvíce uplatňuje v komerčních médiích, kde nachází divácké zacílení. Formát je záměrný produkt jednotlivce či organizace, který má mnohem striktnější komunikační normy než žánr. Dodržování těchto norem je sledované tvůrcem, prodejcem formátu, popřípadě autorskou organizací.<sup>47</sup> „Formáty jsou v podstatě šablony pro nakládání se specifickými tématy v mezích žánru.“<sup>48</sup> Základním rysem formátu je absence klasického scénáře a angažmá běžných lidí z ulice namísto herců.

Zástupci formátů televizní zábavy se nejen u nás v České republice, ale i v celé Evropě a především ve Spojených státech amerických staly různorodé reality show. S myšlenkou první reality show přišel po 2. světové válce Allen Funt. Jeho nápad tkvěl v natáčení nic netušících lidí v neobvyklých, humorných situacích na ukryté záznamové zařízení – skrytou kameru. Tak vznikl pořad Skrytá kamera, který vysílal bezprostřední reakce neherců.

Reality show je šířena jako licenční produkt. Televizní stanice konkrétních zemí přebírají možnost výroby a vysílání určitého formátu, s tím, že jsou s vlastníkem práv smluvně zavázáni, že nebudou zasahovat do podoby formátu a nebudou ho měnit. Jak již bylo zmíněno na začátku této kapitoly, držitelé licence šíření svého produktu a s ním spojených pravidel striktně kontrolují. Nedodržení pravidel může vést k zastavení vysílání. Podle licenčních podmínek je nutné zachovat logo formátu, znělky a další identifikační znaky.

Reality show je možné rozdělit na několik typů programových formátů. Jednotlivé typy reality show formátů mají stanovenou výchozí situaci, jejíž další vývoj záleží na chování zapojených osob a diváků, kteří často mohou rozhodovat o kandidátech.

---

<sup>47</sup> MOTAL, J. et al. *Nové trendy v médiích II: rozhlas a televize*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2012, s. 60. ISBN 978-80-210-5826-2.

<sup>48</sup> McQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. 2. vyd. Praha: Portál, 2002, s. 297. ISBN 80-7178-714-0.

Mezi nové televizní formáty patří:

- kontejnerová show
- castingová show
- vztahová show
- makeover show
- emoční show
- dobrodružná show
- hvězdná show
- kuchařská show

## 5.1 Kontejnerová show

Takzvaná kontejnerová show je klasickým typem reality show. Jedná se o typ soutěže, kde je skupina soutěžících izolována v omezeném prostoru po určitý čas, pohybující se v řádech měsíců a bojuje o atraktivní výhru. V tomto prostoru je nezbytný všudypřítomný dohled kamer, které snímají nepřetržité dění. Soutěžící se během hry mezi sebou vyřazují sami nebo je vyřazují diváci. V průběhu dění mezi soupeři vznikají vztahy a různé emoce. Kontejnerová show je nejsledovanějším formátem posledních let.

Příkladem kontejnerových show vysílaných na českých obrazovkách jsou například *Big Brother* (TV Nova) nebo *Vyvolení* (TV Prima). Formát *Big Brother* pochází z Nizozemska. Formát *Vyvolení* je převzatý z maďarské reality show *Való Világ* v překladu *Skutečný svět*.

## 5.2 Castingová show

Druhým nejsledovanějším novým formátem je castingová show. Jak již z názvů vyplývá, účinkující se do soutěže vybírají na základě castingu, konkurzu, kde musí prokázat určitou výjimečnost v daném odvětví, zpěv či talent. O dalším působení vybraných soutěžících v show rozhoduje odborná porota a diváci. Odborná porota je nejčastěji tvořena mediálně známými osobnostmi a umělci.

Česká SuperStar, později přejmenovaná na Česko-Sloveská SuperStar (TV Nova), je českou verzí britské pěvecké soutěže *Pop Idol*. Z Velké Británie také pochází castingová show nesoucí název X Factor (TV Prima). Soutěž X Factor založil Simon Cowell, který působí jako porotce v castingových soutěžích již od roku 2001, kde poprvé zasedl v porotě soutěže American Idol.

### **5.3 Makeover show**

Makeover show pochází z anglického spojení *make over*, které v překladu znamená proměna, přeměna. V tomto typu formátu se může jednat o proměnu člověka. O účastníka této show se stará tým odborníků, kteří změní např. jeho vzhled či životní styl. V českém prostředí se jedná například o reality show *Vypadáš skvěle!* (Česká televize) nebo *Jste to, co jíte* (TV Prima). Princip proměny jde v tomto formátu převést i na oblast bydlení nebo vozidel, v tomto případě mluvíme o renovaci, či hledání přímo nového bydlení. U nás vysílané formáty *Bydlení je hra* (Česká televize), *Jak se staví sen* (TV Prima) nebo *Přes nový práh* (Česká televize).

### **5.4 Vztahová show**

Vztahová show je založena na principu tzv. seznamky. Účinkující si mezi sebou vybírají partnery, se kterými dále v průběhu natáčení rozvíjí vztahy. Příkladem vztahové show je *Farmář hledá ženu* (TV Prima), *Vem si mě* (TV Nova) či *Milionový pár* (TV Nova), který byl po čtvrtém díle stažen z vysílání.

### **5.5 Emoční show**

Emoční show mají za cíl vyvolat v divákovi velmi silné emoce. Účinkující se svěřují moderátorovi o svém životě a moderátor jim naslouchá. Česká televize od roku 2005 vysílá formát *Pošta pro tebe*, který původem pochází ze Slovenska.

## **5.6 Dobrodružné show**

Principem tohoto formátu je přivést účinkující do nečekaných situací, vystavit je strachu nebo dobrodružství. Na účastníka je kladena velká psychická i fyzická zátěž. Tento typ show se nejčastěji odehrává v přírodě, kde zúčastnění po celou dobu soutěže žijí. Vyhrává ten nejsilnější a nejzdatnější.

Zástupcem toho formátu u nás byl například pořad Farma (TV Nova) či Trosečník (TV Prima).

## **5.7 Hvězdná show**

Hvězdných show se účastní mediálně známé osobnosti, které mezi sebou soutěží. Mezi hvězdné show vysílané u nás patří Bailando (TV Nova), taneční show pocházející z Mexika mající charitativní účel. A pořad StarDance (Česká televize), který vychází z britské taneční show Strictly Come Dancing.

## **5.8 Kuchařská show**

Televizní formát kuchařská show je charakteristický svým kuchařským zaměřením. V tomto typu show vystupuje většinou jeden kuchař, který učí účastníky vařit, případně jim v tomto směru radí. Existuje mnoho pořadů o vaření, ovšem ne všechny tyto pořady obsahují prvky reality show. Některé pořady o vaření jsou pouze instruktážní. Kuchařské show musí obsahovat prvky reality show, aby mohly spadat do kategorie nových televizních formátů. Některé typy této show mají také prvky soutěže, účastníci vaří pokrmy a na základě jejich chuti, jsou ostatními soutěžícími hodnoceni. Příkladem české kuchařské show je například pořad Ano, šéfe! (TV Prima), kuchařská soutěž MasterChef (TV Nova) nebo Prostřeno (TV Prima).

## 6 TV PRIMA

V této kapitole je stručně vymezena historie a skladba televizní stanice, která bude v následujících kapitolách společně s Českou televizí výchozím zdrojem dat, konkrétně její programová skladba. Historie prvních komerčních televizí byla již nastíněna v podkapitole 2.3 Komerční vysílání. V rámci pochopení souvislostí je v této kapitole zmíněn v následujícím odstavci i vznik a vývoj televize Nova.

První celoplošnou komerční televizí se u nás stala televize Nova. O držiteli licence společnosti CET 21, s.r.o. (Central European Television for 21th Century), jež spadá pod zahraniční společnost CME (Central European Media Enterprises), rozhodla Rada pro televizní a rozhlasové vysílání v lednu 1993. Generálním ředitelem nově vzniklé nezávislé televizní společnosti se stal Vladimír Železný, který byl zároveň jednatelem společnosti CET 21. Dne 4. února 1994 TV Nova zahájila vysílání. Jako první televize u nás začala program přerušovat reklamou. Už v dubnu 1994 získala TV Nova převládající postavení na českém televizním trhu, její průměrná sledovanost přesáhla průměrnou sledovanost obou programů České televize. TV Nova zaujala především svoji atraktivitou zpravodajství, neformální komunikací, intimitou, uvolněným a zábavným programem, něčím na co společnost do té doby nebyla zvyklá. České televizi vznikla konkurence.<sup>49</sup>

TV Nova nebyla jedinou soukromou televizní stanicí, která se u nás začala etablovat. Již v listopadu 1992 byla společnosti FTV Premiéra udělena regionální vysílací licence pro oblast Prahy a středních Čech a televize Premiéra se stala tak první soukromou televizní stanicí u nás. Vysílání bylo zahájeno v červnu 1993.<sup>50</sup> Dne 28. června 1994 získala stanice Premiéra TV pod vedením společnosti FTV Premiéra, s.r.o. licenci k provozování celoplošného vysílání. Prvním generálním ředitelem se stal JUDr. Jiří Mejstřík. Na počátku roku 1997 se změnil název televize na Prima televize. V roce 2003 byla provozovateli prodloužena licence na celoplošné vysílání do 28. června 2018.<sup>51</sup>

---

<sup>49</sup> BEDNAŘÍK, P., JIRÁK, J., Köpplová, B. *Dějiny českých médií: od počátku do současnosti*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, s. 378. ISBN: 978-80-247-3028-8.

<sup>50</sup> Tamtéž, s. 378.

<sup>51</sup> ŠTROBLOVÁ, S. *Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa: filmová a televizní dramaturgie a programová skladba*. 1. vyd. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2009, s. 146. ISBN 978-80-86723-73-0.



Na podzim roku 2005 vstoupila do televize Prima švédská společnost MTG (Modern Times Group) s cílem posílit postavení televize na českém mediálním trhu nákupem atraktivních zahraničních pořadů a nových televizních formátů. Jednalo se především o reality show, telenovely, nové soutěžní pořady a v zahraničí velmi oblíbené seriály.<sup>52</sup>

Televize Prima je celoplošná komerční televize šířena digitálně. Její programová skladba se od veřejnoprávní televizní skladby liší. I přes to, že se televize Prima řadí mezi plnoformátové stanice, zastoupení některých pořadů je velmi slabé. Některé typy žánrů nejsou dokonce vůbec vysílány. Vysílací schéma se především skládá ze zpravodajství, publicistiky, seriálů – české i zahraniční produkce, filmů a z různých zábavných a dokumentárních pořadů.

Čas od času televize Prima nasadí do vysílání nový formát reality show. Na začátku roku 2006 uzavřela televize Prima smlouvu se společností Warner Bros a tak si zajistila práva k vysílání zahraničních premiérových filmů, seriálů a dalších formátů nejvyšší kvality.<sup>53</sup> To je také důvod, proč jsou seriály zahraniční tvorby tolik zastoupeny v denním programu televize Prima.

Pod televizi Prima spadají tyto tematické kanály:

- Prima COOL,
- Prima LOVE
- a Prima ZOOM.

---

<sup>52</sup> *Prima: O společnosti.* [online]. © 2015 [cit. 2015-01-18]. Dostupné z: <http://www.iprima.cz/o-spolecnosti>

<sup>53</sup> *Prima podepsala licenční smlouvu na projekty Warner Bros.* [online]. © 1996-2015, [cit. 2015-01-18]. Dostupné z: <http://mam.ihned.cz/c1-17632400-prima-podepsala-licencni-smlouvu-na-projekty-warner-bros>

# PRAKTICKÁ ČÁST

## 7 VÝZKUM

### 7.1 Vymezení výzkumného cíle

Cílem celé této práce je popis a porovnání programové skladby televizních programů České televize a televize Prima se zvláštním zřetelem k zastoupení nových televizních formátů. Hlavním účelem práce je na základě obsahové analýzy konkrétních žánrů a formátů, vysílaných na ČT 1 a TV Prima ve zvolených ročních obdobích, porovnat podobnosti a odlišnosti v programové skladbě těchto dvou televizních stanic. Součástí, jak už z názvu i cíle práce vyplývá, bude tedy i analýza reality show vysílaných v podzimním období. V rámci praktické části budou v závěru práce, na základě výsledků výzkumu, zodpovězeny níže kladené výzkumné otázky.

### 7.2 Výzkumné otázky

Na základě výzkumného tématu byly zvoleny výzkumné otázky. Výzkumem a analýzou dat budou v průběhu práce postupně získány odpovědi na níže kladené otázky. Tyto otázky budou v kapitole Interpretace a diskuze výsledků shromážděny a zodpovězeny.

Výzkumné otázky byly položeny tak, aby odpovídaly cíli práce a celkovému tématu práce. Otázky nevycházejí z žádných literárních zdrojů. Autorka práce si otázky zvolila sama v souvislosti s výzkumem a cílem práce.

Výzkumné otázky zní:

1. Projevuje se sezónnost více na ČT1 nebo na TV Prima?
2. Liší se programová skladba na podzim a v létě?
3. Ve kterém období se vysílá více reality show?
4. Jaké typy reality show byly v daných obdobích odvysílány?

### 7.3 Výzkumný vzorek

Nyní je potřeba definovat vzorky, které budou v následujících podkapitolách analyzovány. Výběrový soubor výzkumu je tvořen programovou skladbou dvou celoplošných vysílacích stanic v letech 2013 a 2014. Za klíčová data v tomto časovém úseku byla zvolena celkem dvě období a to podzim roku 2013 a letní prázdniny roku 2014. Tato dvě období byla zvolena záměrně. Televize se v podzimním období snaží nalákat diváky k obrazovkám premiérami seriálů, filmů a reality show. Letní období je naopak velmi oddechové, co se týká žánrů, většina filmů a seriálů je reprízovaných.

Při výběru časového období bylo nutné brát zřetel na to, aby se ve zkoumaném týdenním programu nevyskytly výjimky, jako jsou například státní svátky. Programová skladba státních svátků se liší od programové skladby normálních všedních dní. Státní svátek by tak narušil zkoumaný vysílací týden. Z důvodu státního svátku dne 28. října byl bezprostředně zvolen za počáteční den výzkumného týdne následující den, úterý 29. října 2013.

Zvolen byl tedy jeden týden z každého období.

- I. podzim 2013: 29. října – 4. listopadu 2013
- II. léto 2014: 18. – 24. srpna 2014

Vzhledem k velkému zastoupení různých žánrů, případně formátů, na ČT 1 a naopak nízkému zastoupení různorodosti žánrů na TV Prima byly za výzkumný vzorek zvoleny dva televizní žánry, které jsou typické pro všechna roční období, tzn. vysílají se v průběhu celého roku a na obou kanálech.

V rámci cíle výzkumu a tématu práce bude kladen zvláštní zřetel na nové televizní formáty reality show. Odvysílané reality show budou dále řazeny podle typů do konkrétních skupin a jednotlivé pořady budou analyzovány z hlediska obsahu, struktury, času vysílání atd.

Výzkumný vzorek bude tedy tvořen dvěma žánry: film a seriál, a jedním novým televizním formátem: reality show. Při volbě velikosti vzorku byl brán ohled na zvládnutelnost výzkumu a rozsah bakalářské práce.

## 7.4 Výzkumná metodika

Metodami výzkumu byly zvoleny obsahová analýza a porovnání. Obsahová analýza je již tradiční typickou metodou analýzy mediálních obsahů a sdělení. Obsahová analýza se pojí se jménem Bernard Berelson, který tuto analýzu definoval jako „výzkumnou techniku pro objektivní, systematický a kvantitativní popis zjevného obsahu komunikace“<sup>54</sup> Jedná se tedy o metodu kvantitativní, ale podle některých autorů může obsahovat také kvalitativní prvky.

Cílem obsahové analýzy této práce je zjistit v rámci dvou televizních stanic četnost určitých žánrů v celkové programové skladbě, původ a konkrétní typ, případně druh, jednotlivých žánrů. Získaná data budou následně porovnána. Dvě stanice jsou zastoupeny veřejnoprávní Českou televizí a komerční televizí Prima.

Základem pro získání dat k výzkumu je tedy program obou televizních stanic na rok 2013 a na rok 2014. Během analýzy dat se vychází z tištěné verze televizního programu TV Max vydavatele BAUER MEDIA v.o.s. a elektronických televizních programových archivů zveřejněných na internetových stránkách České televize (<http://www.ceskatelevize.cz/tv-program>) a Filmové databáze (<http://www.fdb.cz/tv>).

Pro tento výzkum bylo důležité určit si dvě roční období, ze kterých budou data sbírána. Bylo vybráno podzimní období roku 2013, konkrétně vysílací týden od úterý 29. října do pondělí 4. listopadu. Záměrně bylo zvoleno úterý jako počáteční den zkoumaného týdne, aby se předešlo státnímu svátku dne 28. října, kdy se programová skladba stanic liší od normálních všedních dní. Jako druhé bylo vybráno letní období 2014, konkrétně vysílací týden od pondělí 18. srpna do neděle 24. srpna. Tato dvě období byla vybrána z důvodu odlišnosti vysílacích schémat. Na podzim se programové schéma po letních prázdninách každoročně upravuje. Po prázdninách má totiž divák zvýšený zájem o televizní program a programové schéma je tomu také uzpůsobováno.

Jak již bylo výše zmíněno, výzkumnou metodou této práce je porovnání a obsahová analýza jednotlivých žánrů se zaměřením na různá roční období. V rámci obsahové analýzy, která je hlavní výchozí metodou praktické části, byly zvoleny tři

---

<sup>54</sup> McQUAIL, D. Úvod do teorie masové komunikace. 4. vyd. Praha: Portál, 2009, s. 373. ISBN 978-80-7367-574-5.

proměnné, které budou u každého výzkumného období zjišťovány a následně mezi sebou porovnány.

Proměnné:

- celková četnost žánrů (seriál, film reality show) za týden
- původ žánrů
- konkretizace typu seriálů, filmů a reality show

**Proměnná:** celková četnost žánrů (seriál, film a reality show) za týden

Počet jednotlivých seriálů (bez ohledu na díly), filmů (bez ohledu na premiéry a reprízy) a reality show (bez ohledu na premiéry a reprízy) bude v rámci jednoho týdne zaznamenáván den po dni do záznamového archu. Výsledné hodnoty za jednotlivé dny a celková hodnota za týden bude zapsána do tabulky.

**Proměnná:** původ žánrů

Do tabulky s celkovou četností žánrů odvysílaných za týden bude současně zaznamenáván i původ pořadů, český či zahraniční. Původ bude určen pouze u seriálů a filmů.

**Proměnná:** konkretizace typu seriálů, filmů a reality show

Pod žánr film a seriál spadají další typy žánrů. U žánru film jsou to například drama, komedie, tragédie, animovaný film, pohádka, fantasy, detektivka, muzikál, melodrama, western, horor, aj. ostatně jak již bylo zmíněno v teoretické části kapitoly 4, podkapitola film. U žánru seriál to jsou sitcomy, kriminální seriály a soap opery. Tyto informace budou získány z programů. U reality show budou určeny konkrétní typy show a současně bude popsáno téma i obsah jednotlivých show. K rozřazení bude vycházeno z teoretické části kapitoly 4 o televizních žánrech a kapitoly 5 o nových televizních formátech.

Počet jednotlivých odvysílaných žánrů a formátů bude v rámci zkoumaného týdne v denním časovém rozpětí od šesté hodiny ranní do dvanácté hodiny večerní zapisován do záznamového archu. Výsledná data budou sečtena, porovnána a následně převedena do čtyř tabulek. Dvě tabulky budou odpovídat jednomu výše zmíněnému období. Data budou rozřazována na základě informací z televizních programů tj. druh žánrů, původ žánru, typ žánru a četnost žánru. Nebude brán ohled na délku jednotlivých pořadů.

## 7.5 Harmonogram výzkumu

V prosinci roku 2014 byly zpětně analyzovány vybrané úseky televizního programu. Týden v podzimním období roku 2013 byl analyzován podle tištěné verze televizního programu TV Max vydavatele BAUER MEDIA v.o.s. Týden v letním období roku 2014 byl analyzován podle elektronické verze televizních programových archivů zveřejněných na internetových stránkách České televize a Filmové databáze.

Na základě informací, které byly zveřejněny v televizním programu, jak v tištěné verzi, tak ve verzi elektronické a na základě zpětně zhlédnutých dílů některých formátů z archivů obou stanic, byly žánry a formáty rozřazeny a popsány.

## 7.6 Výsledky výzkumu

### 7.6.1 Podzimní období

**Proměnná:** celková četnost žánrů (seriál, film a reality show) za týden

Níže znázorněné tabulky zobrazují celkovou četnost výskytu vybraných žánrů – seriál, film a reality show – v rozmezí jednoho týdne v podzimním období, konkrétně týdne od 29. října do 4. listopadu roku 2013.

Tabulka 2 zobrazuje data stanice ČT 1 a tabulka 3 zobrazuje data stanice TV Prima.

Tabulka 2: Odvysílané žánry České televize v týdnu 29. 10. – 4. 11. 2013

		úterý	středa	čtvrtek	pátek	so	ne	pondělí	celkem
žánr	původ								
SERIÁL	domácí	1	2	0	2	0	1	3	9
	zahraniční	1	3	3	2	2	2	3	16
FILM	domácí	5	5	1	0	6	6	0	23
	zahraniční	0	0	1	1	1	0	0	3
REALITY SHOW		1	0	1	2	2	0	0	6

Zdroj<sup>55</sup>

<sup>55</sup> autor práce, 2015 (vlastní šetření)

Tabulka 3: Odvysílané žánry TV Prima v týdnu 29. 10. – 4. 11. 2013

		úterý	středa	čtvrtek	pátek	so	ne	pondělí	celkem	
žánr	původ									
SERIÁL	domácí	0	1	0	0	0	0	1	2	
	zahraniční	11	10	10	8	5	6	8	58	
FILM	domácí	0	0	0	0	0	0	0	0	
	zahraniční	1	1	1	2	2	1	2	10	
REALITY SHOW		2	2	2	2	3	3	1	15	

Zdroj<sup>56</sup>

### 7.6.2 Letní období

**Proměnná:** celková četnost žánrů (film, seriál, reality show) za týden

Níže znázorněné tabulky zobrazují celkovou četnost výskytu vybraných žánrů – seriál, film a reality show – v rozmezí jednoho týdne v podzimním období, konkrétně týdne od 18. srpna do 24. srpna roku 2014.

Tabulka 4 zobrazuje data stanice ČT 1 a tabulka 5 zobrazuje data stanice TV Prima.

Tabulka 4: Odvysílané žánry České televize v týdnu 18. 8. – 24. 8. 2014

		pondělí	úterý	středa	čtvrtek	pátek	so	ne	celkem	
žánr	původ									
SERIÁL	domácí	2	1	2	3	3	3	3	17	
	zahraniční	8	4	6	2	3	1	1	25	
FILM	domácí	1	2	1	4	2	4	6	20	
	zahraniční	0	2	1	0	0	3	1	7	
REALITY SHOW		0	0	0	0	0	0	0	0	

Zdroj<sup>57</sup>

<sup>56</sup> autor práce, 2015 (vlastní šetření)

<sup>57</sup> autor práce, 2015 (vlastní šetření)

Tabulka 5: Odvysílané žánry TV Prima v týdnu 18. 8. – 24. 8. 2014

		pondělí	úterý	středa	čtvrtek	pátek	so	ne	celkem	
žánr	původ									
SERIÁL	domácí	3	3	3	3	1	0	0	13	
	zahraniční	9	9	10	9	9	4	8	58	
FILM	domácí	0	1	0	0	0	1	0	2	
	zahraniční	0	0	0	1	2	3	3	9	
REALITY SHOW		1	1	1	1	1	0	0	5	

Zdroj<sup>58</sup>

V tabulce 6 jsou zobrazeny všechny získané sumarizované celkové hodnoty odvysílaných žánrů obou stanic v rozmezí dvou týdnů z předešlých čtyř tabulek. Záměrně byly vybrány celkově sečtené hodnoty z důvody větší přehlednosti získaných dat. Tabulka již neznázorňuje počet odvysílaných žánrů a formátů v jednotlivé dny, ale pouze celkový součet odvysílaných žánrů a formátů za celý týden.

Tabulka 6: Celkový podíl odvysílaných žánrů

		PODZIM 2013		LÉTO 2014	
		ČT 1	TV PRIMA	ČT 1	TV PRIMA
žánr	původ				
SERIÁL	domácí	9	2	17	13
	zahraniční	16	58	25	58
FILM	domácí	23	0	20	2
	zahraniční	3	10	7	9
REALITY SHOW		6	15	0	5

Zdroj<sup>59</sup>

<sup>58</sup> autor práce, 2015 (vlastní šetření)

<sup>59</sup> autor práce, 2015 (vlastní šetření)



## 7.7 Interpretace a diskuze výsledků

### 7.7.1 Podzimní období

#### **Proměnná:** původ žánrů

Z tabulek zobrazených ve výsledcích je také pozorovatelný rozdíl četnosti původu odvysílaných filmů a seriálů. Reality show odvysílané v tomto období jsou všechny pouze české produkce.

**Žánr seriál:** Co se týká původu žánrů, je zcela patrné, že na ČT 1 se v tomto období odvysílalo 9 seriálů z domácí produkce a 16 seriálů z produkce zahraniční. Naproti tomu TV Prima odvysílala za celý týden pouze dva díly českého seriálu Cesty domů. Zahraničních seriálů odvysílala 58, za den tomu tak činilo nejméně 8 zahraničních seriálů.

**Žánr film:** Velký rozdíl je také patrný v domácích filmech. TV Prima za sledovaný týden neodvysílala ani jeden český film a to ani o víkendu. Česká televize odvysílala dohromady 23 českých filmů z toho 12 filmů o víkendu. Televize Prima téměř v rovnoměrném zastoupení odvysílala místo domácích filmů 10 zahraničních. Česká televize pouze 3 zahraniční filmy.

#### **Proměnná:** konkretizace typu seriálů, filmů a reality show

**Žánr seriál:** Nejčetnější zastoupení v kategorii seriál na TV Prima ve všední dny mají kriminální a detektivní seriály, dále romantické seriály a sitcomy. O víkendu tyto žánry doplňují animované seriály. Na České televizi nízká čísla odvysílaných seriálů naplňují dobrodružné seriály, cykly a detektivní seriály.

**Žánr film:** Co se týká filmů odvysílaných na TV Prima, jedná se především komedie a dramata. Na ČT 1 mají velice četné zastoupení pohádky, dále dramata, komedie a romantické filmy.

**Formát reality show:** U nových formátů, hromadně nazvaných reality show, nebyl sledován jejich původ, nýbrž konkrétní typ tohoto formátu. Jak již bylo v 5. kapitole zmíněno, reality show se dělí do několika skupin podle jejich specifik. Do těchto skupin budou zařazeny i konkrétní formáty odvysílané během jednoho týdne. Ve zvoleném týdnu byly v hlavním vysílacím čase tzv. prime time odvysílány na obou stanicích rovnou tři typy reality show.

## Nové formáty na ČT 1:

**Kuchařská** a sociálně zaměřená reality **show Hospoda U druhé šance** byla odvysílána v úterý v pozdních večerních hodinách. Soutěžící této show dostali „druhou šanci“ a za přítomnosti odborníků se učí vařit.

**Emoční show Pošta pro tebe** byla odvysílána v premiéře v sobotu v odpoledních hodinách a v derniéře ve čtvrtek v ranních hodinách. Pořad plný emocí uvádí Ester Janečková, která pořad nejen uvádí, ale také naslouchá hostům, kteří se prostřednictvím pořadu chtějí s někým setkat. Formát tak obsahuje i prvky talk show.

**Malá farma** dokumentární **reality show** obsahující však prvky makeover show a vztahové show. Formát dokumentuje přesun mladého páru z velkoměsta na venkov a jejich počínání s přírodou. Malá farma byla odvysílána v pátek v odpoledních hodinách.

**Deník Dity P.** je formát **kuchařské show**, kde průvodce pořadu, kuchařka Dita P. vaří tři recepty ze své kuchařky a následně je řadí do svého skutečného příběhu. Každý díl má příběh a všechny díly dohromady tvoří také jeden velký příběh. Deník Dity P. byl vysílán v pátek od 18:25.

**Hvězdná show StarDance ... když hvězdy tančí**, byla v přímém přenosu odvysílána v sobotu. Přímým přenosem provázejí Tereza Kostková a Marek Eben. Soutěžní páry se skládají z tanečníka a mediálně známé osobnosti. Soutěžní páry mezi sebou soutěží v tancích, které si během týdne nacvičily.

## Nové formáty na TV Prima:

**Kuchařská show Prostřeno!** je koncipována jako soutěž, v níž je pět soutěžících, kteří se po sobě jednotlivé dny střídají ve vaření a následně se mezi sebou hodnotí. Výherce získává finanční odměnu. Tuto show Prima pravidelně vysílá každý všední den od 18ti hodin.

**Kontejnerová show Vyvolení** byla vysílána v době výzkumu několikrát. Účastníci této soutěže jsou uzavřeni v omezeném prostoru vily a jsou nepřetržitě snímáni kamerami. V úterním vysílání si soutěžící mezi sebou volí, koho už mezi sebou nechťejí. Ve čtvrtečním přenosu si zvolený vybírá k sobě soutěžícího, který s ním půjde do tzv. duelu. V pátečním duelu diváci jednoho ze soutěžících pošlou pomocí hlasování domů

a druhý soutěžící se vrací zpět do vily. Vysílání probíhá na živo, je moderováno a současně také proloženo sestřihem, co zajímavého se událo od posledního vysílání ve vile. Speciální díly byly odvysílány také v sobotu a v neděli večer.

**Kuchařská show Už dost, šéfe!** je návazným pořadem na formát Ano, šéfe!. Zdeňk Pohlreich kontroluje podniky a jejich zaměstnance a majitele, které se původně do pořadu přihlásily, aby zlepšily své působení na trhu. Během pořadu Zdeňk Pohlreich, jakožto zástupce moderátora, kuchaře a rádce v jednom vaří a diskutuje s majiteli a zaměstnanci podniku.

V sobotu byla odvysílána další **kuchařská show** se Zdeňkem Pohlreichem **Česko vaří s Pohlreichem živě**. Zdeňk Pohlreich vaří v přímém přenosu tříhodové menu za účasti svého hosta. S nimi zároveň vaří tři na sobě nezávislé rodiny, páry, které vaří u sebe doma a jsou snímány do živého vysílání webovou kamerou. Pořad je velmi interaktivní.

Nedělní prime time byl věnovaný dalšímu typu reality show a to **castingové show Česko Slovensko má talent**. Soutěžící ukazují svůj talent před tříčlennou porotou, následně jsou vyřazováni či postupují do dalších kol. Repríza této show probíhá následující týden v sobotu v odpoledních hodinách.

**Makeover show Jste to, co jíte**, byla odvysílána v neděli v odpoledních hodinách. Do tohoto pořadu se přihlašují lidé, kteří nejsou spokojeni se svou postavou a chtějí by zhubnout. Doktorka Kateřina Cajthamlová radí účastníkům jak se správně stravovat a pohybovat. Na konci pořadu je většinou, pokud účastník dodrží doporučené rady, změna v podobě zhubnutých kil.

#### 7.7.2 Letní období

##### **Proměnná:** původ žánrů

Z tabulek zobrazených ve výsledcích je pozorovatelný rozdíl četnosti původu odvysílaných filmů a seriálů. Reality show odvysílané v tomto období jsou všechny, stejně jako v podzimním období, pouze české produkce.

**Žánr seriál:** ČT 1 odvysílala v jednom týdnu letních prázdnin 17 seriálů české produkce a 25 seriálů zahraniční produkce. Naproti tomu televize Prima odvysílala za celý týden 13 domácích seriálů a 58 zahraničních seriálů. Počet odvysílaných

zahraničních seriálů na TV Prima za letní období je totožný s počtem odvysílaných zahraničních seriálů za podzimní období.

**Žánr film:** Velký rozdíl je však patrný v odvysílaných filmech za toto období. ČT 1 odvysílala během týdne 20 domácích filmů, z toho 10 filmů o víkendu, a 7 zahraničních filmů. Televize Prima odvysílala pouze 2 české filmy a 9 zahraničních filmů.

**Proměnná:** konkretizace typu seriálů, filmů a reality show

**Žánr seriál:** Zastoupení typů seriálů se v letním období od podzimního období příliš neliší. Nejčtenější zastoupení v kategorii seriál na TV Prima ve všední dny mají stále kriminální a detektivní seriály, dále romantické seriály a sitcomy. O víkendu tyto žánry doplňují animované seriály. Na České televizi jsou to romantické seriály, rodinné ságy, cykly a detektivní seriály.

**Žánr film:** Co se týká filmů odvysílaných na TV Prima, jedná se především o komedie a dramata. Na ČT 1 mají stále velice četné zastoupení pohádky, dále dramata, komedie, westerny, muzikály a romantické filmy.

**Formát reality show:** Letní období není příliš bohaté na reality show. V programu ČT 1 v pozorovaném období nebyla nalezena ani jeden pořad s prvky reality show. Na TV Prima byl nalezen jeden kuchařský pořad s prvky reality show, Prostřeno!, vysílané každý všední den od 18:00.

V podkapitole interpretace a diskuze výsledků si na základě výsledků výzkumu také zodpovíme výzkumné otázky.

Výzkumné otázky zní:

1. Projevuje se sezónnost více na ČT 1 nebo na TV Prima?

Sezónnost se podle tabulek projevu na obou programech. Podle získaných dat se sezónnost projevuje více na České televizi. Nejvíce se změny projevují na žánru seriál. Jak na ČT 1, tak na TV Prima stoupl v letním období počet odvysílaných českých seriálů. Z hlediska formátu reality show mezi ČT 1 a TV Prima není takový rozdíl. Období podzimu je typické pro vysílání nových formátů, jako je reality show. Odvysílané reality show v letním období jsou především reprízy. Ve zkoumaném letním týdnu, reprízovala pouze TV Prima pořad Prostřeno.

2. Liší se programová skladba na podzim a v létě?

Ano liší. V letním období, jak již bylo zmíněno, přibývá ve vysílání především více seriálů a to jak na ČT 1, tak na TV Prima. V podzimním období jsou do vysílání nasazeny premiérové díly, které jsou následně v letním období reprízovány.

3. Ve kterém období se vysílá více reality show?

Reality show jsou vysílány především v podzimním období. Jejich vysílání začíná počátkem září. Jedná-li se o typy kontejnerových show, castingových show a tanečních show, jejich vysílání končí těsně před Vánoci. V letním období pak probíhají pouze reprízy některých vybraných show.

4. Jaké typy reality show byly v daných obdobích odvysílány?

Během podzimního zkoumaného období byly odvysílány: kontejnerová show, castingová show, emoční show, hvězdná show, makeover show a několik kuchařských show viz konkrétně podkapitola 7.7.1.

## 7.8 Závěry výzkumu

Programová skladba České televize je celkově jiná jak programová skladba televize Prima. Česká televize obsahuje zástupce všech, ve 4. kapitole zmíněných, televizních žánrů. Program televize Prima je z velké části naplněn seriály, dále filmy a ve večerních hodinách zpravodajstvím. Porovnávání všech jednotlivých žánrů je tedy nemožné, protože žánry, které se v televizní nabídce programu ČT 1 vyskytují, na TV Prima třeba vůbec nejsou vysílány. Proto byl jako výzkumný vzorek zvolen pouze film, seriál a reality show jakožto zástupce nových formátů.

Samotný výzkum nám potvrdil očekávané. Televize Prima vysílá téměř po celý den seriály zahraničního původu. A vysílá také dvakrát více reality show než Česká televize. Televize Prima reality show vysílá i v době, kdy Česká televize ne a to o letních prázdninách. Česká televize se orientuje na všechny cílové skupiny a proto je její programová skladba velice vyvážená, co se týká podílu filmů a seriálů, jak pro děti, tak pro dospělé. Filmy, konkrétně pohádky pro děti Česká televize vysílá téměř každý den.

Televize Prima se na dětskou populaci zaměřuje pouze o víkendu odvysíláním zahraničních animovaných seriálů.

Z hlediska reality show jsou nejvíce zastoupeny formáty kuchařských show. Jenom na TV Prima za sledované období byly odvysílány tři pořady tohoto typu. Na ČT 1 byly v zastoupení dvou pořadů. Dohromady z jedenácti reality show činí pět kuchařských show. Nejčastější doba vysílání těchto gastronomických pořadů je 18tá a 20tá hodina večerní.

Zajímavé je sledování původu žánrů. Česká televize se obecně zaměřuje na českou produkci filmů i seriálů. TV Prima dává přednost spíše zahraniční tvorbě. Typickou ukázkou jsou filmy české produkce odvysílány jak v letním, tak i podzimním období. Česká televize odvysílala dohromady za letní i podzimní období 43 českých filmů a televize Prima pouze 2 české filmy.

## ZÁVĚR

Tématem práce byla programová skladba ve veřejnoprávních a komerčních televizích a zastoupení nových televizních formátů. Cílem práce pak byl popis a porovnání programové skladby televizních programů České televize a televize Prima se zvláštním zřetelem k zastoupení nových televizních formátů.

Teoretická část čtenáře informovala o důležitých a stěžejních faktech týkajících se mediální sféry, konkrétně televizního vysílání. Skrze duální systém jsme se propracovali k samotné náplni práce a to programové skladbě. Byla vysvětlena hlavní jednotka programu – pořad a popsány, s ním velmi úzce související, žánry. Zmíněny byly také nové televizní formáty a jejich typy. Uvedené a další pojmy byly zavedeny a vysvětleny.

Programová skladba veřejnoprávní televize a komerční televize se liší. Výzkum práce neměl být pokusem o vyvrácení tohoto faktu, nýbrž měl ukázat na konkrétním výběrovém vzorku odlišnosti a podobnosti programové skladby obou programů ve dvou různých obdobích. A to na četnosti žánrů, původu žánrů, typizaci žánrů a u reality show i jejich obsahové analýzy.

V praktické části jsme došli k závěru, že programová skladba veřejnoprávní televize je velice strukturovaná a zaměřuje se na všechny věkové skupiny každý den v průběhu celého týdne. Náplní denní programové skladby komerční televize jsou z větší části seriály a to nejčastěji kriminální a detektivní seriály, tedy obsah zaměřený na dospělé diváky. Menším divákům jsou věnovány o víkendech animované zahraniční seriály.

Další veliký rozdíl mezi veřejnoprávní Českou televizí a komerční televizí Prima nastává v původu odvysílaných pořadů. Česká televize vysílá výhradně hrané české pohádky a to i dvě za den. Nejen pohádky, ale i české filmy a seriály jsou na České televizi zastoupeny mnohonásobně více než na televizi Prima.

Na obou programech je viditelný rozdíl v respektování ročních období, který se projevuje, jak v počtu odvysílaných reality show, tak i v počtu odvysílaných seriálů a filmů. Na veřejnoprávní televizi opět rovnoměrně stoupl v letním období počet vysílaných seriálů a zahraničních filmů a z programové nabídky byly naopak úplně vyloučeny reality show. Programová nabídka v letním období se od podzimního příliš neliší, pouze byly vypuštěny reality show. Můžeme tedy říct, že Česká televize klade větší

důraz na úpravu programové skladby na jednotlivá období než televize Prima. Programová skladba komerční televize se z velké části skládá z odvysílaných seriálů bez ohledu na roční období, naopak v letním období jsou do programové nabídky zařazeny ještě další seriály.

Česká televize a televize Prima odvysílali v podzimním období několik typů reality show. Castingové, kontejnerové, hvězdné a kuchařské show byly na obou programech téměř vždy zařazeny do prime timu tedy do hlavního vysílacího času. Dalo by se říct, že kuchařské show jsou u tvůrců programů velmi oblíbené. Pořadů tohoto typu stále přibývá převážně na televizi Prima je možné v jeden den shlédnout dvě kuchařské show. I přes to, že televize Prima odvysílala v podzimním období pouze o jeden typ reality show víc, odvysílala skoro o polovinu více dílu v daném týdnu. Diváci televize Prima měli tak možnost shlédnout nejméně jednu, nejvýše tři reality show každý den. Na České televizi to činilo nejméně jedna, nejvýše dvě reality show pouze čtyři dny v týdnu. Bez ohledu na odvysílaných dílech kuchařské show v letním období na televizi Prima.

Programová nabídka obou stanic, jak veřejnoprávní České televize, tak komerční televize Prima se na první pohled velmi liší. Na druhý pohled se liší ještě více a rozdíl je mnohdy až překvapující vzhledem k tomu, že se jedná v obou případech o plnoformátové stanice. Na základě tohoto výzkumu by bylo zajímavé sledovat chování pravidelných diváků České televize a diváků televize Prima. Televize do určité míry manipuluje lidmi, proto by bylo zajímavé z pohledu psychologie sledovat v rámci duálního systému vysílání vliv veřejnoprávní televize na své pravidelné diváky a zároveň vliv komerční televize na své pravidelné diváky.



## SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

### Seznam použitých českých zdrojů

- BEDNAŘÍK, P., JIRÁK, J., Köpplová, B. *Dějiny českých médií: od počátku do současnosti*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011. ISBN: 978-80-247-3028-8.
- BURTON, G., JIRÁK, J. *Úvod do studia médií*. 1. vyd. Brno: Barrister & Principal, 2001. ISBN 80-85947-67-6.
- JIRÁK, J., KÖPPLOVÁ, B. *Média a společnost: stručný úvod do studia médií a mediální komunikace*. 1. vyd. Praha: Portál, 2003. ISBN 80-7178-697-7.
- KÖPPLOVÁ, B. aj. *Dějiny českých médií v datech: rozhlas – televize – mediální právo*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2003. ISBN 80-246-0632-1.
- McQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. 2. vyd. Praha: Portál, 2002. ISBN 80-7178-714-0.
- McQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. 4. vyd. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-574-5.
- MOTAL, J. et al. *Nové trendy v médiích II: rozhlas a televize*. 1. vyd. Brno: Masarykova univerzita, 2012. ISBN 978-80-210-5826-2.
- MUSIL, J. *Sociální a mediální komunikace*. 1. vyd. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010. ISBN 978-80-7452-002-0.
- OSVALDOVÁ, B., HALADA, J. et al. *Encyklopedie praktické žurnalistiky*. 1. vyd. Praha: Libri, 1999. ISBN 80-85983-76-1.
- ŠTROBLOVÁ, S. *Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa: filmová a televizní dramaturgie a programová skladba*. 1. vyd. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2009. ISBN 978-80-86723-73-0.
- VERNER, P. *Zpravodajství a publicistika*. 2. vyd. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010. ISBN 978-80-86723-88-4.

## Seznam použitých internetových zdrojů

*Česká televize: ČST v datech.* [online]. © 1996–2015 [cit. 2014-10-25]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/historie/ceskoslovenska-televize/cst-v-datech/>

*Česká televize: Preambule a výklad pojmů.* [online]. © 1996–2015 [cit. 2014-10-25]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/kodex-ct/preambule-a-vyklad-pojmu/>

*Česká televize: Rada ČT.* [online]. © 1996–2015 [cit. 2014-10-25]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/rada-ct/>

*Česká televize: Statut ČT.* [online]. © 1996–2015 [cit. 2014-11-06]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/statut-ct/>

*Česká tisková kancelář: O ČTK.* [online]. © 2011 [cit. 2014-12-10]. Dostupné z: [http://www.ctk.cz/o\\_ctk/](http://www.ctk.cz/o_ctk/)

HEROTOVÁ, J. *Média a reklamní prostředí.* [online]. © 2012 [cit. 2014-12-10]. Dostupné z: [http://www.vsem.cz/data/data/sis-texty/studijni-texty-bc/st\\_rapr\\_marp\\_herotova2.pdf](http://www.vsem.cz/data/data/sis-texty/studijni-texty-bc/st_rapr_marp_herotova2.pdf)

*Kodex České televize: zásady naplňování veřejné služby v oblasti televizního vysílání.* Praha: Česká televize, 2003. ISBN 80-85005-46-8. Dostupné z: <http://img.ceskatelevize.cz/boss/image/contents/kodex-ct/pdf/kodex-ct.pdf>

*Prima: O společnosti.* [online]. © 2015 [cit. 2015-01-18]. Dostupné z: <http://www.iprima.cz/o-spolecnosti>

*Prima podepsala licenční smlouvu na projekty Warner Bros.* [online]. © 1996-2015, [cit. 2015-01-18]. Dostupné z: <http://mam.ihned.cz/c1-17632400-prima-podepsala-licencni-smlouvu-na-projekty-warner-bros>

*Rada pro rozhlasové a televizní vysílání: Poslání Rady.* [online]. [cit. 2014-10-03]. Dostupné z: <http://www.rrtv.cz/cz/static/o-rade/poslani-rady/index.htm>

Zákon č. 231/2001 Sb. o provozování rozhlasového a televizního vysílání ze dne 17. května 2001. In: *Sbírka zákonů České republiky*, 2001. Dostupné také z: <http://www.rrtv.cz/cz/static/cim-se-ridime/stavajici-pravni-predpisy/pdf/231-2001.pdf>

# SEZNAM OBRÁZKŮ, TABULEK A GRAFŮ

## Seznam tabulek

Tabulka 1: Časová vysílací pásma.....	27
Tabulka 2: Odvysílané žánry České televize v týdnu 29. 10. – 4. 11. 2013.....	46
Tabulka 3: Odvysílané žánry TV Prima v týdnu 29. 10. – 4. 11. 2013 .....	47
Tabulka 4: Odvysílané žánry České televize v týdnu 18. 8. – 24. 8. 2014.....	47
Tabulka 5: Odvysílané žánry TV Prima v týdnu 18. 8. – 24. 8. 2014 .....	48
Tabulka 6: Celkový podíl odvysílaných žánrů .....	48

## **BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE**

**Jméno autora:** Zuzana Bouzková

**Obor:** Sociální a mediální komunikace

**Forma studia:** prezenční

**Název práce:** Programová skladba ve veřejnoprávních a komerčních televizích a zastoupení nových televizních formátů

**Rok:** 2015

**Počet stran textu bez příloh:** 48

**Celkový počet stran příloh:** 0

**Počet titulů českých použitých zdrojů:** 11

**Počet titulů zahraničních použitých zdrojů:** 0

**Počet internetových zdrojů:** 11

**Vedoucí práce:** RNDr. Josef Musil, CSc.