

UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA

MAGISTERSKÉ PREZENČNÍ STUDIUM

2014 – 2015

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Kludie Gergelyová

Vývoj a proměny televizní zábavy pro dospělé v ČR po roce 1989

Praha 2015

Vedoucí diplomové práce:

Mgr. Libor Svoboda, Ph.D.

JAN AMOS KOMENSKÝ UNIVERSITY PRAGUE

Master Full-Time Studies

2014 - 2015

MASTER THESIS

Klaudie Gergelyová

The development and transformation of television entertainment
for adults in the Czech Republic after 1989

Prague 2015

The Diploma Thesis Work Supervisor:

Mgr. Libor Svoboda, Ph.D.

Prohlášení

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

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v univerzitní knihovně.

V Praze dne 23.9.2015

Kludie Gergelyová

Poděkování

Velmi děkuji svému vedoucímu bakalářské práce Mgr. Liboru Svobodovi, PhD. za jeho čas a rady, které mi věnoval v rámci našich společných konzultací nad tématem této diplomové práce.

Anotace

Tato diplomová práce se zabývá vývojem a proměnou televizní zábavy pro dospělou populaci v České republice, zejména po roce 1989. Cílem této práce je nastínit, jakým způsobem se vyvíjela a stále vyvíjí televizní zábava, která plní jednu ze základních funkcí médií, funkci zábavnou. Seznamuje se vším, co patří do televizní zábavy, s historickými souvislostmi jejího vzniku a vývoje, představuje její jednotlivé žánry a to, co je pro ně charakteristické. Politické, společenské a ekonomické změny po roce 1989 se podstatně dotkly i médií a televizní zábavy, která si v tomto období prošla také řadou důležitých změn. A právě na změny trendů v televizní zábavě se tato práce pokusí poukázat a vysvětlit jejich příčiny.

Klíčová slova

ČR po roce 1989, dospělá populace, televizní divák, televizní vysílání, televizní zábava, vývoj a proměny televizního vysílání, zábavná funkce médií, žánry televizní zábavy.

Annotation

This thesis focuses on the development and transformation of television entertainment for adults in the Czech Republic, especially after 1989. The main goal is to outline how the television entertainment, which fulfils one of the the basic functions of the media, has developed and still is developing. The thesis acquaints readers with everything what belongs to the television entertainment, with historical background of its origin and development. It outlines the various genres and what is characteristic for them. Political, social, and economic changes after 1989 significantly affected the media and the television entertainment. At that time, the television entertainment underwent important changes as well. The thesis attempts to illustrate and explain their causes.

Key words

Adult population of spectator, Czech Republic after 1989, development and transformation of television broadcasting, media entertainment function, television broadcasting, television entertainment, television genres, television viewer.

OBSAH

ÚVOD	8
1 TELEVIZNÍ VYSÍLÁNÍ.....	10
1.1 Počátky a vývoj televizního vysílání v ČR.....	13
1.2 Základní funkce televizního vysílání	15
1.2.1 Televize a funkce informační	17
1.2.2 Televize a funkce zábavná	20
1.3 Vliv televizního vysílání na diváky	22
2 ZÁBAVA.....	25
2.1 Klasické žánry zábavy	26
2.1.1 Kabaret.....	26
2.1.2 Revue	27
2.1.3 Varieté.....	28
2.1.4 Estráda	28
2.2 Specifické žánry televizní zábavy.....	30
2.2.1 Televizní soutěže	31
2.2.2 Televizní estrádní pořady.....	32
2.2.3 Televizní seriály a sitcomy	33
2.2.4 Soap opera.....	36
2.2.5 Reality show	37
2.2.6 Talk show.....	40
3 MEDIÁLNÍ PUBLIKUM.....	42
3.1 Televizní diváci.....	43
4 VÝVOJ A PROMĚNY TELEVIZNÍHO VYSÍLÁNÍ V ČR PO ROCE 1989	46
4.1 Proměny kulturního života po roce 1989.....	47
4.2 Televizní vysílání po roce 1989.....	48
5 VÝVOJ A PROMĚNY TELEVIZNÍ ZÁBAVY PRO DOSPĚLÉ V ČR PO ROCE 1989	50
5.1 Vznik komerčních televizí	51
5.1.1 Komerční a veřejnoprávní zábava	52
5.2 Devadesátá léta	53
5.3 Příchod 21. století	54
5.4 Současná televizní zábava	57
5.5 Budoucnost televizní zábavy	59
PRAKTICKÁ ČÁST	60
6 VÝZKUM	60
6.1 Vymezení výzkumného cíle.....	60
6.2 Otázky a hypotézy	60
6.3 Výzkumný vzorek.....	61
6.4 Výzkumná metodika	62
6.5 Obsahová analýza estrádních pořadů.....	62
6.6 Interpretace a diskuze výsledků.....	73
6.7 Vyhodnocení hypotéz	74
ZÁVĚR	76
SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ	78
SEZNAM PŘÍLOH	85

ÚVOD

Tématem této diplomové práce je vývoj a proměny televizní zábavy v České republice po roce 1989. Tímto rokem dochází v naší zemi ke změně politického režimu. Pád komunistického režimu znamenal přelom v mnoha směrech, a to jak v ekonomickém, politickém, tak i kulturním životě občanů. Do kulturního života jedince neodmyslitelně patří také televizní vysílání. Zásadní změnou v televizním vysílání je vznik duálního systému čili příchod komerčních televizních stanic. Tyto nově vzniklé stanice znamenaly revoluci v tvorbě televizního programu i ve vývoji v rámci televizní zábavy. Cílem této práce je nastínit vývoj a proměny televizní zábavy pro dospělého televizního diváka a na těchto změnách a nadcházejících trendech ve vývoji televizní zábavy poukázat na to, jak se mění televizní publikum a s ní také televizní tvorba. A právě u televizní zábavy jsou tyto trendy velmi zřetelné.

Žánry televizní zábavy jsou, mnohdy neprávem, jaksi opomíjeny a stavěny na „druhou kolej“ oproti jiným televizním žánrům. Pravdou je, že divákovi nepřinášejí mnoho důležitých či naučných informací, hovoříme-li například o estrádních pořadech; na druhou stranu mu ale pomáhají zapomenout na starosti každodenního života a relaxovat. Svým nenáročným a humorným obsahem mu dopřávají možnost se na chvíli uvolnit a pobavit se. A to je v současné době, která je velice hektická, naprosto nezbytné. Jako všechno ostatní, tak i televizní zábava od doby jejího vzniku prošla velkou řadou proměn, které souvisí nejen s vývojem technologií, ale též se změnami politickými či s vývojem a proměnami vkusu televizního diváka.

Ke správnému uchopení tohoto tématu jsou vymezeny historické a technologické souvislosti mapující vývoj televizního vysílání, práce hovoří o funkcích, které plní vůči svému publiku, a detailně se zabývá televizní zábavou, jejími žánry a také tím, jak moc nezbytnou součástí je pro televizní diváky.

Cílem tedy je zodpovědět tyto otázky:

- Jak vypadala televizní zábava první roky po pádu režimu.
- Jaký vliv měl příchod komerčních televizních stanic na tvorbu a vysílání zábavných televizních žánrů.
- Jak se měnil vývoj a trendy v televizní zábavě od devadesátých let až po současnost.
- Jaký je současný divák televizní zábavy a jaké jsou jeho požadavky, týkající se televizní zábavy.
- Jaká je budoucnost televizní zábavy.

Pro ještě komplexnější pohled na danou problematiku autor práce přikládá rozbor jednoho z typických žánrů televizní zábavy – televizní estrády. Ty jsou voleny podle tří různých období a také podle jejich obsahového zpracování, a to buďto na veřejnoprávní nebo komerční televizní stanici. Díky tomu dochází k analýze osobností, které pořady provází, dále k analýze pojetí pořadů a toho, jakou formu humoru volí a které prvky jsou jejich součástí. Nastíněním doby, pojetí pořadů a vkusu televizních diváků, jejich změn a proměn v rámci nadcházejících období, může dojít k zodpovězení všech zkoumaných otázek a tím ke splnění cíle této práce.

1 TELEVIZNÍ VYSÍLÁNÍ

Vznik televizního vysílání je dalším z důležitých mezníků, které ovlivnily svět médií. Po vzniku a vývoji knihtisku a rozhlasového vysílání je společnosti představen další z hromadných sdělovacích prostředků, a to právě televize. Jednalo se opravdu o revoluci ve vývoji masových médií, protože na rozdíl od předchozího rozhlasového vysílání, které na posluchače působilo pouze auditivně, televizní vysílání přineslo navíc prvek vizuální, čímž si postupem času získávalo mediální společnost. A je tomu tak i do dnešních dní. Téměř v každé běžné domácnosti najdete televizor, v některých dokonce více než jeden. A to dokazuje, jak neuvěřitelnou moc televizní vysílání má na nás, konzumenty mediálních sdělení.

Vznik a vývoj televizního vysílání byl ovlivněn, stejně jako prvopočátky kinematografie, technickým vývojem. Díky vynálezu elektřiny v první polovině minulého století se začalo s přenosy obrazu na dálku. Dalším vynálezem, který přímo ovlivnil vývoj televize, byl Morseův elektromagnetický telegraf, jenž zapříčinil zásadní komunikační převrat v přenosu informací. Díky možnostem přenosu slova se pozvolně začaly vyskytovat také pokusy s dálkovým přenosem obrazu. Klíčovým se stává též rok 1843, kdy Alexandr Bain, skotský hodinář a později učitel filosofie, sdělil světu základní principy přenosu obrazu na dálku, tedy že *„takový přenos je možný v případě, že se podaří rozložit obraz na řádky a body, světelné body je třeba převést na elektrické impulzy a zpět a zároveň musí rozklad i skládání probíhat synchronizovaně.“*¹ Kromě toho sestrojil také teleautograf a kopírovací telegraf, který celý proces přenosu umožnil. V roce 1864 byly Bainovy teleautografy zprovozněny mezi New Yorkem a Bostonem a později mezi dalšími městy. Ačkoli se ještě nedalo hovořit o vzniku televize, poukazuje to na fakt, že obraz na dálku byl přenášen dříve, než bratři Lumiérové natočili svůj první film. Objevením světelné citlivosti selenu a jeho schopnosti měnit světelnou energii na elektrickou byl ovlivněn další vývoj televize. Na jeho vodivé vlastnosti přišel v roce 1873 telegrafista May. V roce 1875 byl vyroben první přístroj, který vodivosti selenu využil, a poté řada dalších objevů (např. telefon, gramofonové

¹ MALETINSKÝ, V. *Televize a její historie*. [online]. © 2015 [cit 2014-10-08]. Dostupné z: <http://vtm.e15.cz/aktuality/televize-a-jeji-historie>

desky), až po vynález prvního bezdrátového rozhlasového přijímače. Roku 1922 započalo první pravidelné rozhlasové vysílání studia *BBC* ve Velké Británii. Mnoho poznatků získaných během rozhlasového vysílání bylo později využito i k nalezení systému přenosu obrazu. Přibývalo stále více rozdílných aparatur, které využívaly otočného Nipkowova kotouče. Tento systém patentoval jeho autor Pavel Nipkow již v roce 1884. Tento děravý rotující kotouč pracoval na elektro-mechanickém principu, díky kterému došlo k rozkladu obrazu.²

Před samotným vynalezením televizoru následovala ještě celá řada dalších dílčích objevů a vynálezů. Mezi zásadní patřil rok 1890, kdy německý fyzik Karl Ferdinand Braun vynalezl obrazovou elektronku, tzv. katodovou trubici (Cathode Ray Tube neboli CRT). Poprvé se o televizi hovořilo na pařížském mezinárodním kongresu v roce 1900. O šest let později byl poměr stran obrazu 4:3 zaveden jako mezinárodní standart a o šestnáct let později vzniká *BBC*. Roku 1923 je Vladimírem Kosmou Zworykinem vynalezena snímací elektronka (ikonoskop pro televizní kamery), čímž byl položen základ elektrickému systému. V roce 1925 předvedl skotský inženýr John Logie Baird první funkční elektromechanický televizní systém s názvem *televisor*.³

První pravidelné televizní vysílání bylo zahájeno 2. listopadu 1936 ve Velké Británii. V průběhu několika dalších let se již začalo pravidelně vysílat i v dalších zemích světa. V období druhé světové války však přestala *BBC* vysílat, stejně tak bylo pozastaveno televizní vysílání v okupované Francii i Sovětském svazu. V Německu vysílání pokračovalo do doby, než byl při americkém náletu zničen vysílač. I v průběhu války se však s televizními pokroky úplně nepřestalo. V roce 1941 byla přijata norma vysílání pro černobílou televizi a o dva roky později byla vyvinuta výkonnější snímací kamerová elektronka *Orticon*. Roku 1950 byla ustanovena norma pro vysílání barevné televize *NTSC* a o tři roky později odstartovalo první komerční barevné vysílání v USA. Do Evropy se barevné vysílání dostalo zhruba mezi lety 1957 a 1959, přesné roky se v různých pramenech liší. Jednalo se o dva vysílací standarty – francouzský *SECAM* a německý *PAL*. V roce 1956 bylo vynalezeno první dálkové ovládání k televizoru.

² ŠTROBLOVÁ, S. *Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa/ Filmová a televizní dramaturgie a programová skladba*. 1. vyd. Praha: UJAK, 2009. str. 77. ISBN 978-80-86723-73-0.

³ MALETINSKÝ, V. *Televize a její historie*. [online]. © 2015 [par. 2014-10-08]. Dostupné z: <http://vtm.e15.cz/aktuality/televize-a-jeji-historie>

V rozmezí let 1956 až 1960 byly veřejnosti představeny první přenosné televizní přijímače. Důležitým mezníkem v historii televizního vysílání je rok 1960, kdy proběhla v rámci americké prezidentské kampaně první televizní debata kandidátů Richarda Milhouse Nixona a Johna Fitzgeralda Kennedyho. Dne 20. července 1969 si mohli diváci vychutnat první televizní přenos z Měsíce.⁴

Kolem roku 1972 se začíná poprvé hovořit o digitálních televizorech. O dva roky později mohou diváci *BBC* využívat také teletextových informací. V roce 1976 přichází firma Sony s revoluční novinkou – videorekordérem Betamax – díky níž si mohou diváci poprvé nahrávat televizní pořady. O rok později začíná éra družicového televizoru. V tomto období přichází na trh také první kapesní televizory. V roce 1988 se uskutečnilo první komerční HDTV vysílání z letních olympijských her ze Soulu a o rok později byl vytvořen první standart pro HDTV. Za období standardizace jsou označovány devadesátá léta. V tomto roce byl přijat evropský standart satelitního digitálního vysílání DVB-S, standart pro kabelové digitální televizory DVB-C a standart pro terestriální (pozemské) vysílání DVB-T. V roce 1995 bylo vydáno prohlášení, že je na celém světě registrována již miliarda televizních přijímačů. V roce 1996 byla na trh uvedena první plazmová televize společnosti Fujitsu. O rok později je navržen první komerční set-top box pro příjem digitální televize a také Mini DV formát pro záznam vysílání ve vysokém rozlišení. Na začátku nového tisíciletí se také poprvé začíná hovořit o televizním vysílání DVB-H určeném pro mobilní telefony. Začínají se také objevovat první DVD přehrávače, v roce 2006 pak první Blu-ray a HD DVD. Roku 2010 byl představen koncept 3D televizorů.⁵

V současné době se objevují stále nové technologie a možnosti, které z obyčejného televizoru dělají multifunkční zařízení. Není problém si jej propojit s počítačem, přehrávat přes něj vlastní hudbu nebo námi zvolené filmy uložené na discích, připojit se na internet a mnoho dalších funkcí. Vývoj televizorů však neustále pokračuje a vyvíjí se stále nové technologie, které mají jejich vlastníkům poskytnout více služeb a možností.

⁴ MALETINSKÝ, V. *Televize a její historie*. [online]. © 2015 [par. 2014-10-09]. Dostupné z: <http://vtm.e15.cz/aktuality/televize-a-jeji-historie>

⁵ Tamtéž

1.1 Počátky a vývoj televizního vysílání v ČR

První pokusy o přenos obrazu pomocí technologie televizního vysílání v ČR započaly v meziválečném období. Za hlavního průkopníka můžeme považovat doc. Dr. Jaroslava Šafránka, docenta experimentální fyziky na Univerzitě Karlově v Praze. Roku 1935 vytvořil televizní aparaturu, která fungovala na principu mechanického rozkladu televizního obrazu. Toto zařízení posléze představoval veřejnosti v rámci dvouměsíčního programu, během něž cestoval po celém Československu. Navštívil celkem 43 měst a o jeho prezentaci byl velký zájem. Také publikoval několik popularizačních článků o televizi. Velký zájem projevovali zejména českoslovenští televizní radioamatéři, kteří se snažili prosadit, aby v Praze začal fungovat pokusný televizní vysílač. Ten byl zřízen v roce 1938 na Žižkově v budově Technického zkušebního ústavu zprávy pošt. K zahájení vysílání obrazu nedošlo, vysílač by používán pouze k výzkumu šíření velmi krátkých vln.⁶ V roce 1937 se doc. Šafránek pokusil patentovat svůj „Způsob a zařízení pro barevnou televizi“. Další pokusy se však nemohly uskutečnit, protože přišla doba nacistické okupace. V té době se již začalo pracovat na zahájení televizního vysílání na elektronickém přístupu. O skutečném rozvoji televize se u nás může hovořit až po roce 1945.⁷

„Během války byla vývojová pracoviště obsazena Němci, krátce po válce (v říjnu 1945) se vědci „na oplátku“ snažili využít německého výzkumného a vývojového střediska „Televiz“ v Dolní Smržovce u Tanvaldu. V prosinci stejného roku ale byla většina zařízení odvezena do Sovětského svazu a vývoj byl o něco pozdržen. Přesto se podařilo uvést do provozu první československé televizní zařízení, a to v květnu 1948. V červenci 1948 byly na XI. všesokolském sletu uskutečněny první televizní přenosy pro veřejnost. Před přijímači v Praze se denně vystřídalo až třicet tisíc lidí, ale na skutečné vysílání do domácností si všichni museli ještě pár let počkat. Bylo zahájeno v květnu 1953, jako vysílač posloužila petřínská rozhledna a obraz bylo možné zachytit jen v Praze

⁶ BEDNAŘÍK, P. a kol. *Dějiny českých médií/ Od počátku do současnosti*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011. s. 182. ISBN 978-80-247-3028-8.

⁷ ŠTROBLOVÁ, S. *Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa/ Filmová a televizní dramaturgie a programová skladba*. 1. vyd. Praha: UJAK, 2009. str. 86. ISBN 978-80-86723-73-0.

a blízkém okolí. Československo se tak dostalo do dvacítky zemí světa, kde bylo vysílání spuštěno nejdříve, a předběhlo řadu významnějších evropských a světových zemí.“⁸

Dne 25. února 1954 bylo televizní vysílání prohlášeno za pravidelné. V té době diváci sledovali programy hromadně v sokolovnách nebo restauracích, protože televizní vysílače byly velmi drahé. Na úplném začátku televize vysílala pouze 3 dny v týdnu, v letních měsících pouze dny dva. V listopadu 1953 se počet vysílacích dnů rozrostl na čtyři, v roce 1955 na šest dní v týdnu a od 29. prosince 1958 začala televize vysílat po celý den. Od května roku 1970 se vysílal také druhý program, na němž 9. května 1973 zahájila tehdejší Československá televize barevné vysílání v systému SECAM. Ačkoliv od té doby prošel vývoj televize dalším markantním vývojem a i přesto, že patří televize stále mezi nejmladší z hromadných sdělovacích prostředků, dá se říci, že ze všech médií ovlivnila způsob života a smýšlení veřejnosti nejvíce. Jejím prostřednictvím se totiž média dostala přímo do domácnosti každého z nás.⁹ V dnešní době už téměř každá domácnost vlastní multifunkční televizory, televize s 3D technologiemi a dalšími funkcemi. Vývoj neustále pokračuje a rok od roku je možné pozorovat, jak se na českém trhu nabízejí nové televizory vylepšené jak o různé funkce, tak o ostřejší obraz, jasnější barvy či tenčí displej. A tento trend bude jistě pokračovat.

⁸ MALETINSKÝ, V. *Televize a její historie*. [online]. [cit. 2014-10-08]. Dostupné z: <http://vtm.e15.cz/aktuality/televize-a-jeji-historie>

⁹ ŠTROBLOVÁ, S. *Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa/ Filmová a televizní dramaturgie a programová skladba*. 1. vyd. Praha: UJAK, 2009. str. 86. ISBN 978-80-86723-73-0.

1.2 Základní funkce televizního vysílání

Pohledů na základní funkce medií, mezi něž se řadí také televizní vysílání, existuje velké množství. Často se opakující a v dnešní době také často vyučovaný pohled na tyto funkce je takový, že média by měla recipientovi poskytnout:

- informace, které mají utvářet představu o světě z hlediska geografického, společenského a politického;
- formu zábavy, kterou dokáže příjemce sdělení pobavit a rozptýlit ho od vážných informací;
- příklady ze života k případné socializaci či korelaci;
- kulturní sdělení, k následující tvorbě masové kultury a eventuálního růstu či změně jedince, či společnosti;
- přiblížení politických témat, událostí a aktivit.¹⁰

Tento přehled však spíše odpovídá normám veřejnoprávního vysílání. Veřejnoprávní televizní stanicí v České republice je Česká televize. Vznikem duálního systému u nás společně koexistují jak veřejnoprávní, tak komerční vysílatelé. Vysílatelé komerčních televizních stanic vycházejí a mají povinnost se řídit zákonem č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů. Tento zákon definuje základní pojmy, práva a povinnosti těchto vysílatelů. Tito vysílatelé mohou vysílat na základě udělení licence k vysílání nebo registrací. Své vysílání pak provozují za účelem dosažení zisku. Naproti tomu Česká televize jako jediná veřejnoprávní televizní stanice v ČR vznikla primárně pro to, aby poskytovala službu veřejnosti. Řídí se normami zákona č. 483/1991 Sb. o České televizi. Ten upravuje normy týkající se celé organizace, definuje také její vztah a povinnosti vůči občanům České republiky. Dle tohoto zákona ČT poskytuje službu veřejnosti tvorbou a šířením televizních programů na celém území České republiky, a to za účelem naplňování

¹⁰ BURTON, G. a JIRÁK, J. *Úvod do studia médií*. 1. vyd. Brno: Barrister & Principal, 2008. s. 140-143. ISBN 80-85947-67-6

demokratických, sociálních a kulturních potřeb společnosti, a potřeby zachovat mediální pluralitu.¹¹

Tento zákon také definuje úkoly veřejné služby, mezi které patří:

a) „poskytování objektivních, ověřených, ve svém celku vyvážených a všestranných informací pro svobodné vytváření názorů,

b) přispívání k právnímu vědomí obyvatel České republiky,

c) 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,

d) rozvíjení kulturní identity obyvatel České republiky včetně příslušníků národnostních nebo etnických menšin,

e) výroba a vysílání zejména zpravodajských, publicistických, dokumentárních, uměleckých, dramatických, sportovních, zábavných a vzdělávacích pořadů a pořadů pro děti a mládež.“¹²

Pohled na to, co nám, jako příjemcům jakéhokoliv mediální sdělení, mohou hromadné sdělovací prostředky nabídnout, se mění také vzhledem k vývoji, a to jak historickému, tak technologickému. Na samém začátku (s vývojem tisku) plnily funkci převážně informační. Jejich prostřednictvím se šířily zprávy, které hovořily o významných událostech, které se na daném území staly. S vývojem a vyšší vzdělaností obyvatelstva se začala objevovat také funkce zábavná, která se z pouhého doplňku stala později velice žádanou a podstatnou součástí pro příjemce mediálních sdělení. Třetí funkcí, která zatím nebyla zmíněna, je funkce komerční. Její kořeny sahají až do samého počátku vzniku hromadných sdělovacích prostředků. V dnešní době je četnost jejího výskytu enormní. Na různé formy a druhy komerčního sdělení narážíme téměř všude,

¹¹ Zákon č. 483/1991 Sb. o České televizi. In: ceskatelevize.cz[online]. © 2005 – 2014 [cit. 2015-09-20]. Dostupné z: <http://img.ceskatelevize.cz/boss/image/contents/zakony/pdf/zakon-o-ceske-televizi.pdf>

¹² Tamtéž

a to jak v prostředcích masové komunikace, tak na veřejnosti (např. billboardy na ulicích, v městské hromadné dopravě, letáky za stěrači aut atd.)

Pokud budeme hovořit konkrétně o funkcích televizního vysílání, v současné době je enormní nárůst komerčních sdělení a jejich nával na televizní diváky. Komerční funkce se stává nedílnou součástí televizního vysílání. V prostředí komerčních televizních stanic se vlastně není čemu divit; otázkou však zůstává, zda má mít své místo i v televizi veřejnoprávní služby, kde na ni stále častěji můžeme narazit. Tento fakt potvrzuje i Josef Musil ve své knize *Sociální a mediální komunikace*, v níž hovoří o tom, že „cíl komerční funkce médií je (spolu)financovat provoz médií. Je nesporně podmínkou činnosti komerčních médií a široce se uplatňuje i u médií veřejné služby, financovaných většinou jinak.“¹³ Mezi základní typy komerční funkce řadíme převážně reklamu, sponzoring, ale také např. teleshopping.

1.2.1 Televize a funkce informační

V případě, že hovoříme o funkci, která slouží k poskytování informací veřejnosti prostřednictvím médií, za nejstarší a nejzákladnější žánr považujeme zpravodajství. To v průběhu let prošlo řadou proměn – od prvotních psaných zpráv, jejichž doručení mohlo trvat několik dní, přes zprávy tištěné, které byly stále aktuálnější, až po dnešní zpravodajství, kdy pomocí internetu není problém získat zprávu o události z opačného koutu světa, která se stala před pár minutami. Prostřednictvím zpravodajství by měl člověk získávat objektivní a nezaujaté informace a popis toho, co se stalo nebo děje; není zde prostor pro žádný osobní názor autora zprávy.

Denis McQuail ve své knize „*Úvod do teorie masové komunikace*“ vymezuje, co takové informování společnosti prostřednictvím médií představuje: „*Informování jako poskytování informací o událostech a podmínkách ve společnosti a ve světě, naznačování mocenských vztahů a podpora inovací a pokroků, usnadnění adaptace.*“¹⁴ Kromě zpravodajství se k informativním žánrům řadí také publicistika, popularizační vědy, pořady či články zaměřené na vzdělávání a další. V jednotlivých typech

¹³ MUSIL, J. *Sociální a mediální komunikace*. 1. vyd. Praha: Portál, 2010. s. 88. ISBN 978-80-7452-002-0.

¹⁴ MCQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. 2. vyd. Praha: Portál, 1999. s. 103. ISBN 80-7178-714-0.

hromadných sdělovacích prostředků je výskyt těchto žánrů různý. Pakliže budeme hovořit o informační funkci prostřednictvím televizního vysílání, televizní zpravodajství je téměř na všech stanicích, jak komerčních, tak veřejnoprávních, jedním z divácky nejsledovanějších pořadů. Rozdíl v kvalitě a množství informací je takový, že veřejnoprávní ČT má, kromě rozsáhlého domácího zpravodajství, také síť vlastních zpravodajů, kteří přinášejí aktuální informace také ze zahraničí. Díky digitalizaci byl též spuštěn specializovaný zpravodajský kanál ČT24, který divákům neustále přináší nové, tuzemské i zahraniční, informace. Oproti tomu komerční televize se ve svém zpravodajství zaměřují téměř výhradně na informace z domova; pokud poskytnou zprávu zahraniční, omezují se prakticky na agenturní zdroje.¹⁵

Zpravodajství bylo jedním z prvních žánrů televizního vysílání. Významnou roli mělo již v roce 1936, kdy bylo zahájeno pravidelné televizní vysílání BBC. U nás jsme si museli na první zpravodajské vysílání počkat, a to až do roku 1953, kdy Československá televize odstartovala zkušební vysílání ze Studia Praha v Měšťanské Besedě na dva až tři dny v týdnu. Zajímavostí, v souvislosti s televizním zpravodajstvím, je fakt, že před kameru zasedla poprvé žena. Do té doby všude ve světě dominovali v televizním zpravodajství muži.¹⁶

Další formou, kterou televize přenáší informace na diváky, jsou žánry publicistické. Mezi ty nejčastěji se objevující v prostředí českých médií patří např. komentář, sloupek, fejeton, interview, poznámka, reportáž aj. Zásadní rozdíl mezi zpravodajstvím a publicistikou je takový, že publicistické žánry, na rozdíl od těch zpravodajských, se neobejdou bez osobního pohledu autora na situaci či událost, o které informuje. Publicistika také často používá ich formy, kterou ve zpravodajských žánrech nenajdeme. „Publicistika obsahuje soudy, postoje, pojmy, jejím výsledkem není jen informování, ale také poznání. Postihuje společenské jevy, příčiny jejich vzniku i korelace. Zobecňuje, popisuje však i cesty, kterými k zobecnění dospěla.“¹⁷ Pro lepší srozumitelnost a pochopení rozdílu mezi zpravodajstvím a publicistikou by se dalo říct,

¹⁵ MUSIL, J. *Sociální a mediální komunikace*. 1. vyd. Praha: Portál, 2010. s. 68. ISBN 978-80-7452-002-0.

¹⁶ ŠTROBLOVÁ, S. *Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa/ Filmová a televizní dramaturgie a programová skladba*. 1. vyd. Praha: UJAK, 2009. str. 93. ISBN 978-80-86723-73-0.

¹⁷ OSVALDOVÁ, B. a kol. *Zpravodajství v médiích*. 2. vyd. Praha: Karolinum, 2011. s. 14. ISBN 978-80-246-1899-9.

že zpravodajství nám jasně přináší jakousi zprávu, zatímco publicistika nám později předkládá názor na danou informaci.

Média kromě toho, že recipientovi poskytují informace, jsou schopné také přenášet vědomosti a plnit funkci vzdělávací. Tato funkce dokáže posloužit např. v případě, kdy je potřeba širokou veřejnost seznámit s novými poznatky či možnostmi, které neustálý vývoj lidské společnosti přináší, a to zejména v období rychle postupujících společenských změn. Současně však často není zastoupena pouze vzdělávací funkce, ale také prvky funkce zábavné. Divákovi už nestačí pouze poslouchat informace a z nich se vzdělávat, je potřeba přidat také nějakou zábavu, díky níž si později informace lépe vybaví a více si je zapamatuje. Propojení těchto dvou funkcí (informační a zábavné) se nazývá infotainment.¹⁸

„Pojem infotainment vznikl spojením dvou anglických slov information (informace) a entertainment (zábava) a vznikl k hodnocení mediovaných sdělení. Označuje využívání prvků zábavy ve zpravodajství, např. nejrůznějších aranžovaných či hereckých projevů v televizním zpravodajství (subjektivní kamera, pohyb reportéra, činnost ilustrující téma zprávy, animace, apod.). Vznik a využívání možností infotainmentu bývají spojovány především s rozvojem kabelových televizí v USA ve třetí polovině 20. stol. a s potřebou upoutat pozornost publika. Prostředky infotainmentu jsou zřetelně spojovány s těmi médii, jež si nekladou za prvořadý cíl poskytovat společensky závažné informace (např. s bulvárními listy či komerčními rozhlasovými a televizními stanicemi). U médií s postavením či ambicí zdroje společensky relevantních informací a s deklarovanou či uloženou odpovědností vůči společnosti (médiá veřejné služby a tzv. seriózní tituly) se užití prostředku infotainmentu hodnotí jako nedostatek.“¹⁹ O tomto nedostatku se velmi trefně zmiňuje Neil Postman ve své knize: „Televizní přijímač nás udržuje v neustálém styku se světem, ale má přitom stále tutéž, neměnnou, smějící se masku. Problém nespočívá v tom, že televize nabízí zábavná témata, nýbrž že jakékoli téma převádí na zábavu, což je úplně jiná otázka.“²⁰

¹⁸ MUSIL, J. *Sociální a mediální komunikace*. 1. vyd. Praha: Portál, 2010. s. 74. ISBN 978-80-7452-002-0.

¹⁹ REIFOVÁ, I. a kol. *Slovník mediální komunikace*. 1. vyd. Praha: Portál, 2004. s. 88 – 89. ISBN 80-7178-926-7.

²⁰ POSTMAN, N. *Ubavit se k smrti/Veřejná komunikace ve věku zábavy*. Praha: Mladá Fronta, 2010. s. 95. ISBN 978-80-204-2206-4.

1.2.2 Televize a funkce zábavná

Zábava jako pojem je specifikována mnohými definicemi, nicméně pro účel této práce je nejlépe vystihující toto tvrzení: *„Význam fenoménu zábavy v moderní společnosti souvisí především s nárůstem dělby práce po průmyslové revoluci, volného času a změnou životního stylu, pro který je charakteristický trend osvobozování jedince od tlaku každodenní pracovní rutiny, resp. uvolnění represe v oblasti sociálních konvencí. Klíčovou charakteristikou tohoto procesu je průmyslová povaha produkce zábavy v rámci komplexu masových médií. Ta v dané souvislosti sledují primárně logiku generovaného zisku, resp. oslovení nejnižšího společného jmenovatele a pronikají tak do každodennosti svých konzumentů. Zábava jako komunikační strategie svého druhu tak získala podobu sekularizovaného rituálu, který hraje významnou funkci při uvolňování společenských a individuálních tenzí. Zábavné obsahy jsou nezřídka nástrojem identifikace diváků s produkty populární kultury, které významně ovlivňují formování jejich individuálních i kolektivních identit. Tento proces charakterizuje zvl. bezprostřední emocionální či senzuační spojení s objektem zájmu. Pro moderní pojetí zábavy je charakteristické napětí mezi její každodenní, konzumní povahou a snahou tuto strojovou, stereotypní povahu narušovat prostřednictvím konstrukce stále rafinovanějších prožitků či potěšení.“²¹* Tato definice velmi přesně popisuje vztah recipientů televizního sdělení k zábavné funkci a způsob, jakým se stává součástí jejich každodenních životů.

„Období od konce roku 1980 je často považováno za začátek "informačního" věku. Šíření digitálních technologií, vzhledem k jejich obrovské kapacitě komprese, přenosu a přehledce obrovského množství informací pomocí počítačů a podobných zařízení a souvisejícího enormního růstu v přepravě informačních displejů na obrovském počtu příjemců. A právě proto byla naše současnost charakterizována takto, jako věk informační. To, co bylo většinou přehlíženo, je to, že technologický vývoj směrem ke stále bohatšímu zdokonalování v multimediálních prostředích s sebou nese také dříve nepředstavitelné množství zábavních možností. Ve skutečnosti zábava nabízí dominantní mediální obsah. Tato okolnost spolu se zdánlivě rostoucí poptávkou veřejnosti

²¹ REIFOVÁ, I. a kol. *Slovník mediální komunikace*. 1. vyd. Praha: Portál, 2004. s. 317. ISBN 80-7178-926-7.

po poskytování zábavy, nabízí kvalitní odůvodnění charakterizovat dnešní dobu jako "věk zábavy". Nikdy předtím v historii lidstva nebylo tolik zábavy a nebyla tak snadno přístupná pro tak širokou masu populace. Nebylo proto možné u ní trávit tak velkou část volného času, jako je tomu nyní. A to zejména prostřednictvím mediální komunikace. Všechny myslitelné formy mediální zábavy neustále soutěží o přízeň všech těch, kteří hledají rozptýlení, uvolnění, vzrušení nebo jinou formu zábavy.²² „²³ Jak vyplývá z těchto informací, mediální zábava je stále více vyhledávanou formou trávení volného času a má na recipienty obrovský vliv a dopad. Zejména pak její audiovizuální zpracování, tedy zábava vysílaná na televizních obrazovkách. Běžný divák si možná ani neuvědomuje, jak je sledováním svého oblíbeného televizního pořadu ovlivňován nebo jaké vlivy na něj působí (např. komerční sdělení v podobě product placementu atd.). Televizní zábava je zkrátka mocný produkt na ovlivňování mínění společnosti.

Hovoříme-li o vzniku funkce zábavné, zásadní se pro ni stává nástup televizních obrazovek do našich domovů. Před tímto krokem byla zábava spíše okrajovou záležitostí. Televize nabízela zábavu hned ve svých počátcích jako rovnoprávnou složku svého programu. V současnosti jsou elektrická média, zejména televize, jedněmi z největších bavičů společnosti. Tento fakt se nemění. Co ale prochází neustálou proměnou je vkus diváků na různé žánry televizní zábavy. Na těchto proměnách je jasně zřetelně viditelný vývoj naší populace, co se mediální zábavy týče. A proto je také televizní zábava v dnešní době na jiné úrovni, než byla dříve. Žánry, které v minulosti u diváků bodovaly, by v dnešní době s největší pravděpodobností u televizního publika neobstály (s výjimkou pamětníků); a to, co bylo kdysi považováno za zábavné, by dnes

²² The period since the late 1980s is often considered the beginning of the "information" age. The proliferation of digital technology, with its immense capacity for compression, transmission, and exhibition of massive amounts of information via computers and similar devices, and associated enormous growth in the conveyance of informational displays to vast numbers of recipients, has invited the characterization of present times as such an age. What has been mostly overlooked is that the indicated technological development toward increasingly rich media environments carries with it previously unimaginable wealth of entertainment choices. In fact, entertainment offerings obtrusively dominate media content. This circumstance, together with the apparent growing public demand on entertainment provision, lend equal justification to characterizing the present times as the "entertainment age". Never before in human history has so much entertainment been so readily accessible, to so many, for so much of their leisure time as is now, primarily because of the media of communication. All conceivable forms of media entertainment avail themselves at all times, competing with alternative forms for attention of those seeking diversion, relaxation, excitement, or other alterations.

²³ ZILLMANN, D., VORDERER, P. *Media entertainment/ The psychology of its appeal*. 1st. ed. Lawrence Erlbaum Associates. 2000. preface 7 - 8. ISBN 0-8058-3324-2.

působilo spíše rozpačitě. Naopak to, co v dnešní době vzniká zejména na komerčních stanicích v rámci zábavných pořadů, se leckdy může zdát až za hranicí dobrého vkusu a vulgárnosti. A právě rozdíl mezi zábavnými pořady minulosti a těmi současnými skvěle mapuje změny postojů a názorů společnosti.

1.3 Vliv televizního vysílání na diváky

Televizní vysílání ovlivňuje masy lidí, má moc konstruovat jejich sociální realitu a také má zásadní význam a vliv na jejich hodnoty a postoje. Toto tvrzení se dá považovat za platné. Zásadní otázkou však zůstává, do jaké míry je toho televize schopna. Jak dalece její moc sahá a jak moc je člověk ovlivnitelný. Vliv na to má samozřejmě více faktorů, zda se jedná o člověka mediálně gramotného, s přístupem k informacím, v jakém státním zřízení žije, kolem jakých sociálních skupin vyrůstá a mnoho dalších. Televizory se však neodmyslitelně staly nedílnou součástí každodenního života a svým způsobem utváří a definuje životní styl a postoje moderní společnosti.

Vliv médií popsal ve své knize *Úvod do teorie masových médií* Denis McQuail. Média, mezi které patří i televize, mohou být významným zdrojem moci – jejich prostřednictvím lze prezentovat vliv, prosazovat požadované zásady či inovace ve společnosti. Pro majoritní počet společenských institucí je důležitým zdrojem informací a také nezbytným prostředkem k jejich přenosu. Pokud hovoříme o médiích, můžeme je také chápat jako jisté místo, v němž se odehrávají události ze společenského života veřejnosti. Média také konstruují realitu veřejného života tím způsobem, že prezentují a představují jednotlivé změny v kulturách a hodnotách společnosti. V moderní společnosti je velmi častým jevem, že média dokážou vytvořit mediálně známé osobnosti, které posléze velmi výrazně ovlivňují veřejnost. Média také svým prostřednictvím prezentují společnosti normy, které jsou považovány za normální. Dalším významem je fakt, že slouží též jako zprostředkovatel zábavy a právě jejím prostřednictvím moderní společnost tráví největší část svého volného času.²⁴

²⁴ MCQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. 2. vyd. Praha: Portál, 1999. s. 21. ISBN 80-7178-714-0.

Hovoříme-li konkrétně o vlivu televizního vysílání na společnost, existuje, jako u všech hromadných sdělovacích prostředků, několik pohledů. Jsou buď pozitivní, negativní nebo smíšené či neutrální. Mezi ty kladné se dají považovat již v předchozí kapitole zmíněné funkce, které má televizní vysílání plnit ve vztahu ke svému divákovi. Má mu být nositelem informací, které by měly být pravdivé a nezkreslené, prostředníkem socializace, zprostředkovatelem kulturních zážitků, ale také zábavy a odreagování. Z veřejnoprávního hlediska by mělo být jedním z pilířů demokracie, informovat občany o politických událostech. Neutrální postoj má recipient, který si uvědomuje jak klady, tak zápory tohoto média. Přistupuje k jeho užívání obezřetněji, avšak je jeho uživatelem i přes všechna možná rizika. Stále častěji se však můžeme setkávat s negativním pohledem, který varuje před používáním tohoto druhu média. Televize je díky své audiovizualitě podle mnohých velmi nebezpečná, pokud ji uživatel nedokáže správně užívat. Současná generace je generací, která je již od útlého mládí vystavena vlivu televizního vysílání. Tím také jistě došlo k ovlivnění jejích hodnot, názorů a postojů. Důkazem je samotný program zejména komerčních televizních stanic.

Hranice toho, co je vysílatelné se radikálně posunuly. Nahota či násilí se běžně vysílá i v odpoledních hodinách, zpravodajství je plné autentických záběrů, navíc to, co televizní vysílání neukáže, kvůli drastičnosti obsahu, si může téměř každý najít na internetu. Díky možnosti satelitního vysílání navíc padly další bariéry. „*Evropa už dávno, hlavně díky projektu Televize bez hranic z roku 1989, žádné hranice nemá, a to dokonce ani tam, kde by je mít mohla.*“²⁵ Výjimkou ve vysílání tedy nejsou záběry, které krutě a nelidsky zobrazují osudy zajatců, brutální způsoby poprav a mučení. To vše je i u nás téměř na denním pořádku. Tyto záběry navíc v lidech vyvolávají různého emoce, od paniky, odporu až po obdiv ze strany příznivců takovýchto činů. Televize dokáže vybudit davy k reakci. S možností užívání médií se také do jisté části vytrácí potřeba veřejnosti na vyhledávání sociálních vazeb. I díky televizi se u jedinců může snižovat závislost na lidském kontaktu, zvyšuje se samotářský způsob života. Televize dokáže mnohdy člověku zprostředkovat daleko intenzivnější zážitky než by se mu mohly stát v běžném životě. Existují pak i extrémní případy, kdy se daná osoba stává na sledování televizoru závislou a ta se tak stává hlavním smyslem jejího bytí.

²⁵ HVÍŽĎALA, K. Jak myslet média. 1. vyd. Praha: Dokořán, 2005. s. 146. ISBN 80-7363-047-8.

Mezi významné autory, kteří varují před mocí a vlivem televizního vysílání patří *Jerry Mander*, autor knihy *Čtyři důvody pro zrušení televize*. Jeho názory jsou vůči tomuto druhu média naprosto nevybíravé, což dokazuje i toto jeho tvrzení: „*Televizní vysílání vyvolává u lidí, kteří je sledují, neurofyziologické reakce. Ty mohou způsobovat nejrůznější onemocnění, ale v každém případě vedou ke zmatku a podřizování se představám, jež nám někdo vnucuje zvenčí. To vše jako celek připravuje člověka na autokratický způsob vlády.*“²⁶ Mezi další negativně ovlivňující faktory definuje např. vytlačování zkušenosti. Televizní vysílání nahrazuje přímý požitek ze světa, druhotnými verzemi zkušeností, které nám zprostředkovává. Tyto interpretace o světě se začaly považovat za ty skutečné, a téměř většina konzumentů vysílání si není schopna tento rozdíl uvědomit. Televizní vysílání je založené také na tom, že styl vytlačuje obsah. To znamená, že nadřazuje formu nad obsahem. Sledování televize se také pro většinu diváků stává návykovou záležitostí, člověka spíše unavuje, vysává z něj energii.²⁷

Určit, který pohled je správný, není jednoduché. Nejlepší možností se jeví přistupovat k informacím, které nám média obecně zprostředkovávají obezřetně. V posledních letech také vzrůstá zájem o studium oborů, které se zabývají médii. Na základních školách jsou v rámci rámcových vzdělávacích programů stále častěji zařazovány také předměty učící mediální gramotnosti, jejichž základy by si měl osvojit každý, kdo mediální sdělení přijímá. Ohroženy jsou zejména děti, které ještě hůře dokáží rozpoznat realitu od fikce. Tento trend se bude jistě zvyšovat se stále narůstajícími novými typy a druhy médií a jejich zprostředkovatelů jak u nás, tak ve světě.

²⁶ MANDER, J. *Čtyři důvody pro zrušení televize*. 1. vyd. Brno: Doplněk, 2000. s. 151. ISBN 80-7239-06-5.

²⁷ Tamtéž

2 ZÁBAVA

Definovat pojem zábavy není úplně jednoznačně možné. Obecně se dá o tomto pojmu hovořit jako o něčem, co zanechává příjemné pocity, má rozptylující účinek a upoutává pozornost. Pokud se budeme již konkrétněji zabývat přímo mediální zábavou, vždy se bude jednat o předem zorganizované představení, vystoupení, které si klade za cíl přitáhnout pozornost co nejširšího publika. K dalším cílům patří buď samotné osobní uspokojení vystupujících, či ve většině případů finanční prospěch. Specifickým druhem zábavy je pak zábava televizní. Ta je jedním z nejvíce užívaných prostředků, které lidé volí, pokud si chtějí odpočinout od starostí každodenní reality. Přináší do životů každého televizního diváka možnost naprostého odreagování. Je to také jeden z nejpohodlnějších a nejdostupnějších způsobů, a tím je možná právě proto tak masově oblíben. Televizní zábavu recipient může zažívat z pohodlí domova, nemusí se za ní dojíždět ani platit velké sumy za vstupenky na divadelní představení, koncert či kinematografického vysílání. Navíc všechny výše zmíněné zážitky může divák zažít prostřednictvím televize, např. díky existenci tematických televizních kanálů, které jsou v současnosti v ČR hojně zastoupeny, si divák takový koncert může vychutnat přímo ze svého domova. Tematické kanály jsou zaměřeny vždy na určitý druh činností, zálib či hobby společnosti. Není tedy problém se díky nim učit vařit, ale např. také rybařit.

Stejně jako samotný pojem, ani žánry typické pro televizní zábavu, není jednoduché přesně označit. Televize jako médium má široké vrstvy publika, s jinými požadavky a vkusem, týkající se právě zábavy. To, co se jedné skupině může zdát přitažlivé, komické či vzrušující je pro druhé naopak vulgární, násilné či stupidní. Zábavou mohou být například i politická vystoupení či zpravodajství, velice zde záleží na osobních preferencích. Zajímavý výzkum vedl D. Zillman, který poukázal na to, že si lidé svou momentální náladou dokáží vytvářet preference ve výběru obsahu. Pokud se nudí, sahají po vzrušujícím obsahu, pokud jsou naopak stresovaní, volí zejména žánry uvolňující.²⁸ V následujících kapitolách budou rozebrány žánry, které se zařazují do žánrů televizní zábavy. Pro správné pochopení jejich vývoje budou rozebrány také klasické žánry

²⁸ MCQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. 2. vyd. Praha: Portál, 1999. s. 352-353. ISBN 80-7178-714-0.

zábavy, zejména té divadelní, z nichž se mnoho ze současných televizních žánrů vyvinulo či z nich vycházejí.

2.1 Klasické žánry zábavy

Klasickými zábavnými žánry, rozumíme především ty divadelní, které se postupem času začaly v pozmeněné a specifické formě objevovat v dalších médiích. Kabaret, revue, estrády či varieté mohli diváci, kromě prostor divadel či jiných zařízení, vidat na televizních obrazovkách od zařazení zábavy do vysílání po roce 1956. Právě prvky z těchto žánrů ovlivňovaly velice výrazně tvorbu televizní zábavy v Československu. Velkou inspiraci můžeme naléznout například v pořadu *Televarieté*, *Možná přijde i kouzelník* nebo v oblíbených každoročních silvestrovských pořadech.

2.1.1 Kabaret

Jedná se o středoevropský a západoevropský divadelní žánr, který má své kořeny v pohostinských prostorech. Výrazným rysem je stolové vybavení v hledišti. V něm diváci sedávali u stolů a mohli vystoupení sledovat při konzumaci. V rámci historického zařazení se tento pojem poprvé objevil v Paříži na Montmartru. Tady nechal kabaret založit Chat Noir v roce 1881, a to ve svém hostinci Rodolphe Salis, společně Emilem Godeauem. Původním motivem bylo zesměšňování absurdních politických událostí. V okolí tohoto historicky prvního kabaretu se téměř okamžitě začali v obdobných zařízeních scházet umělci, literáti, či muzikanti. Divákům či posluchačům představovali své dovednosti a to bez jakékoliv cenzury. Z českých kabaretů je pak nejvýznamnějším Červená sedma s protagonisty Jiřím Červeným, Eduardem Bassem či první českou šansoniérkou, která dosáhla evropského věhlasu Lídou Pírkovou – Theimerovou.

Kabaret je strukturován celou plejádou představení a čísel, která se nesou ve většině v komickém duchu. Nalezneme tu satirické výstupy, parodii, grotesku, ale třeba také tranvestii. Kabaret se od jemu podobných žánrů, jako je např. estráda či varieté, liší značně skromnějším prostorem a také mírou kontaktu s publikem, která je intenzivní. Dalším z výrazných rysů tohoto žánru je hudební část, typické jsou například šansony. Hudební složka i zpěv jsou divákům interpretovány živě, často je jedná o autorské

melodie a texty vystupujících. Velký důraz je kladen na autenticitu projevu umělce. Obecně se dá hovořit o kabaretu, jako divadle silně verbálním, ale také národním. Většinou je kladen důraz na stejnou jazykovou vybavenost umělců a publika, často je také spojen s jedním místem (staropražské Hašlerovy kabarety nebo již zmiňovaný pařížský Chat Noir na Montartu).²⁹

2.1.2 Revue

Divadelní žánr s hudebními a pěveckými, často i tanečními čísly. Revue bývají převážně celovečerní, skládající se z velkého množství poměrně odlišných výstupů. Jedná se o velkolepou, výpravnou show. Z pohledu obsahu se jde vždy o zábavný žánr, který má značné tendence ke komice. Revue bývají často také spojované s nějakým okamžikem (např. tematickým, místopisným či směřujícím k nějaké významné osobnosti). Tento žánr se také vyznačuje jedinečností svých inscenací. V USA se o revue hovoří jako o předchůdci muzikálových představení. Revue se hrají převážně v komerčnějších divadlech. Žánr je usazen v celé euroamerické kultuře 20. století. Poprvé se s nimi mohli návštěvníci setkat v Paříži již v 19. století, u nás pak od 20. let v celé řadě revuálních scén 1. republiky, dokonce i v Národním divadle. Revue bývají často zfilmovaná, setkáváme se také s televizními či rozhlasovými revue, velmi specifickou odnoží tohoto žánru je pak krasobruslařská lední revue, která je prezentována na zimních stadionech téměř po celém světě.³⁰

²⁹ PAVLOVSKÝ, P a kol. *Základní pojmy divadla/Teatrologický slovník*. 1. vyd. Praha: Národní divadlo, 2004. s. 135-137. ISBN 80-7258-171-6.

³⁰ Tamtéž. s. 236-237.

2.1.3 Varieté

Slovo francouzského původu, jehož překlad značí různorodost či pestrost. V USA se tento žánr označuje jako vaudeville. Stejně jako u kabaretu, varieté má své zázemí v prostorách restauračních zařízení. Jedná se o zábavný žánr, který vychází z cirkusu a vznikl v 19. století. Na rozdíl od revue, varieté neuznává stylovou jednotu, ani nedává velký důraz na pěvecká či taneční vystoupení. Ani její kompozice, výprava či vystoupení nejsou jednotná – vystupující si zpravidla přivezou své číslo i s kompletní výpravou. Varieté cílí na nejširší publikum, jeho prostor tedy bývá rozlehlý s velkým pódium. Jak již odvozuje jeho název, programová skladba je velice pestrá. Nalezneme zde cirkusové výstupy různých akrobatů, iluzionistů, žonglérů či klaunů, téměř vše kromě vystoupení se zvířaty. Varieté tedy ve své podstatě zprostředkovávala prostor pro umělce, kteří zde mohli hostovat, tím pádem byl její program vždy velice rozmanitý. Tento žánr byl posléze nahrazen právě revue, nicméně ve státech sovětského bloku se udrželo až do 90. let 20. století.³¹

2.1.4 Estráda

Pojmenování tohoto žánru je místopisně i historicky omezeno na střední a východní Evropu 2. poloviny 20. století. Význam tohoto francouzského slova estrade značí pódium. Jedná se o zábavný pořad, pódiovou show. Estráda je silně založena na verbálním projevu, do které se řadí také pěvecké výstupy. Jedná se o komerčně-zábavný žánr, který však může mít, což se dělo např. v období komunismu u nás, i zábavně-propagandistický ráz. V estrádním vystoupení nechybí skeče, scénky, čísla, většinou se jedná o výstupy disparatní. Jejimi znaky jsou tematická rozmanitost, komický a zábavný obsah, autentický kontakt s publikem. Ten však přichází v úvahu pouze, pokud se jedná o estrádu divadelní. Její další formy, jako je rozhlasová či televizní estráda, které jsou zprostředkovávány přenosem, nemohou tento požitek nabídnout. Reálný smích a bezprostřední reakce diváků tak bývají do přenosu uměle přimíchány. Estráda má oproti již zmiňovaným klasickým žánrům ještě jeden výrazný rys a tím je postava konferenciéra. Může jít o jednoho, dvojici či trojici. Ten je hybatelem celého programu.

³¹ PAVLOVSKÝ, P a kol. *Základní pojmy divadla/Teatrologický slovník*. 1. vyd. Praha: Národní divadlo, 2004. s. 279. ISBN 80-7258-171-6.

Uvádí jednotlivá vystoupení, propojuje celý program a je nejvýraznějším článkem, který je v kontaktu s publikem. To bývá převážně velice široké, porovnáme-li ho např. s tím kabaretním a tomu se tedy také podřizuje výběr prostor. Estráda je žánr založený na verbálním projevu, tím je tedy dané, že její obsah je vystavěn převážně na domácích vystupujících, a to na rozdíl od varieté či revue. Bývají také většinou jednorázové, pokud se uvádí pravidelně, bývá spojený s určitým médiem či místem. Např. v 80. letech 20. století to byl u nás východoněmecký estrádní cyklus *Ein-Kessel-Buntes*. Pokud chceme hovořit o české estrádě, je důležité zmínit, že divadelnímu vystoupení estrádního typu se u nás až do konce 2. světové války říkalo kabaret. V období protektorátu byly tyto zábavy zakázány, proto začaly známé orchestry se svými umělci pořádat tzv. poslechové koncerty, které byly uváděny konferenciérem. S těmito koncerty poté cestovali všude tam, kde byla potřeba zábavně uspokojit davy lidí, např. vojáky či brigádníky. Až na začátku 50. let 20. století se název estráda začal objevovat v nabídce řady agentur či institucí (Pražská estráda, Divadlo estrády a satiry). Tento pojem však brzy dostal hanlivou „nálepku“, a to v podobě zábavy, která je určená masám a její umělecká úroveň je nízká. V 70. letech poté dostala název komponovaný pořad. Jeho těžiště se přeneslo do televize a rozhlasu s typickými estrádními pořady od 60. let 20. století.³²

³² PAVLOVSKÝ, P a kol. *Základní pojmy divadla/Teatrologický slovník*. 1. vyd. Praha: Národní divadlo, 2004. s. 96-97. ISBN 80-7258-171-6.

2.2 Specifické žánry televizní zábavy

Pojem žánr pochází z francouzského slova, které znamená v českém překladu typ. Jedná se o kvalifikaci určitého pořadu, sdílení očekávání mezi publikem a televizními tvůrci. Pokud hovoříme o televizi, většina pořadů, které v tomto mediálním prostředí vzniká, může být chápána jako pořady žánrové. Navíc v posledních letech dochází k nárůstu speciálně zaměřených žánrových kanálů. Žánr je konceptem, který bere v úvahu divákovy předsudečné názory, jeho očekávání a požadavky. Televizní žánry – jako např. detektivka, zábavná soutěž či seriál – jsou pro televizní tvůrce velmi atraktivní, protože oblíbený žánrový pořad velmi často funguje jako obchodní značka. Funguje to na podobném principu, jako když se obsazují do daného filmu či pořadu známé osobnosti. Stejně tak i rozpoznání notoricky známých žánrových konvencí působí na publikum přitažlivě.³³

Za vytvářením televizní specifiky v podobě žánrů při vývoji televizního vysílání byl zejména neustále rostoucí počet vysílacích hodin, vznik nových televizních kanálů, studií, ale také tvůrců pořadů (zejména autorů). Tato specifika se projevovala především v programové skladbě pořadů. Skladba televizních programů vyvolala snahu objevovat nové formy zábavy či her; vedle klasických forem, jako byly komedie, dramata, dobrodružné či kriminální filmy. A proto vedle soutěží, kabaretů a estrád začaly vznikat také publicistické pořady či dokumentární filmy. Zajímavostí je, že ani na festivalu filmové tvorby není za jeden den uvedeno tolik různorodých žánrů jako v televizi.³⁴

Žánry televizní zábavy je obecně složité přesně vymežit. Existuje mnoho názorů na to, co všechno lze do televizní zábavy zařadit. „V zásadě lze říct, že existuje skupina, které se obecně říká comedy. Sem spadají skečové či estrádní show, ale také sitcomy nebo komediální seriály, soutěžní pořady. V poslední době jsou tam také stále častěji zařazovány pořady s prvky reality tv.“³⁵ Proto byly k účelům této práce vybrány

³³ ORLEBAR, J. *Kniha o televizi*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství Akademie múzických umění, 2012. s. 40. ISBN 978-80-7331-246-6.

³⁴ ŠTROBLOVÁ, S. *Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa/ Filmová a televizní dramaturgie a programová skladba*. 1. vyd. Praha: UJAK, 2009. str. 91. ISBN 978-80-86723-73-0.

³⁵ PŘÍLOHA A, rozhovor Milan Kruml

ty žánry, které se nejčastěji objevují v tuzemských televizních schématech, a je zde tak největší pravděpodobnost, že se s nimi český divák setká.

2.2.1 Televizní soutěže

Český národem je národem soutěživým. Proto mají televizní soutěže jako zábavný televizní žánr, své místo v programu, jisté. Aby tyto soutěže zaujaly, musí mít však něco navíc než pouze poučnou hodnotu. Divák se chce u takového pořadu také pobavit. Míru humoru a informace se snaží každá televizní stanice vyvážit jinak, komerční stanice se však často nebrání ani okázalým dekoracím, lákavým výhrám a mnohdy i volbou úkolů, které jsou mnohdy na hranici vkusu. Veřejnoprávní Česká televize stále upřednostňuje vědomostní složku nad zábavou, avšak i její soutěže, pokud chtějí v konkurenci další nabídky obstát, se stále více zaměřují na zábavu.

I přesto, že by mělo jít především o znalosti či dovednosti, které mohou diváci v pořadu obdivovat, stále častěji jsou přitahováni spíše k soutěžním pořadům, u nichž vědí, že se dobře pobaví, a to zejména nad neznalostí či neobratností některých soutěžících. V současné době jsou do určitých soutěžních pořadů vybíráni záměrně takoví soutěžící, u kterých je předpoklad toho, že se před zraky diváků znemožní, neboť tvůrci pořadu vědí, že to je přesně to, co si televizní divák v současné době žádá. Na tomto postupu je postaven pořad *FTV Prima Prostřeno*; mimo to, že se jedná o pořad soutěžního typu, má v sobě také prvky z reality show. Zmíněný pořad se vysílá již několik let a stále se drží na žebříčku vysoce sledovaných pořadů této komerční televizní stanice.

V dnešní době však na televizních obrazovkách tento dříve velmi populární žánr ubývá. Za éru soutěžních pořadů se dají považovat devadesátá léta. V těchto letech se televizní soutěže vysílaly denně. Pořady jako *Tutovka*, o kterém můžeme hovořit jako o první televizní soutěži, kde se vyhrávaly zajímavé finanční obnosy. Tato soutěž byla spojena s loterií, čímž po skončení samotného pořadu navíc diváci u obrazovek zůstávali a sledovali průběh losování. Úspěch této soutěže potvrzuje i fakt, že byla připravena i její verze pro dětské diváky. Úspěšné byly také soutěže, ve kterých se nevyhrávaly peníze. Mezi takové patřila televizní soutěž České televize s historickou tematikou *O poklad Anežky České* nebo koprodukční *Hry bez hranic*. V této době mělo nejvíce soutěžních pořadů ve výrobě brněnské studio ČT. Celých pět let, od roku 1996 do 2000,

se na obrazovkách vysílala vědomostní soutěž *Pyramida* a také oblíbená dětská soutěž devadesátých let *Hip hap hop*. V roce 1993 začala vysílat první komerční televize *TV Premiéra*, kterou dnes můžeme na televizních obrazovkách naladit jako *FTV Prima*. *TV Premiéra* sice nebyla výrazně zaměřena na vlastní tvorbu, až na pár výjimek. Právě na jejich obrazovkách mohli diváci naladit první televizní pokerový pořad, který byl vlastně první nízkonákladovou telefonickou soutěží na českých obrazovkách.³⁶

S velmi úspěšnou televizní soutěží přišla *TV NOVA*, která si odkoupila licenci na vysílání zahraničního pořadu *Chcete být milionářem?*. Tento pořad se stal na čas fenoménem a televizní diváci si jej neskutečně oblíbili. Je však velmi dobře patrné, že televizní soutěže si za léta své existence prošly řadou změn. V současné televizní skladbě najdeme převážně pořady, které v sobě kromě čistě soutěžních prvků spojují také prvek reality show. Takovéto pořady mají v rámci moderní televizní skladby šanci na úspěch. I když v poslední době můžeme zaznamenat tendenci obnovovat starší zaseté pořady, např. *TV Barrandov* obnovila kdysi velmi populární pořad *Videostop*, klasické soutěžní pořady, které se hrály na začátku devadesátých let, by dnešní publikum jen stěží oslovily.

2.2.2 Televizní estrádní pořady

I přesto, že se v současných programových skladbách nevyskytují velmi často, a pokud ano, tak se jedná spíše o reprízy těchto pořadů, staly se televizní estrádní pořady pro české publikum nedílnou součástí jejich diváckého života. Za zmínku stojí pořady jako *Televarieté*, *Možná přijde i kouzelník*, *Manéž Bolka Polívky*, s příchodem komerčních televizí velmi oblíbené *Novoty*, *Čundrcountryshow*. Každoroční vítání Nového roku doprovázely grandiózní silvestrovské pořady, založené právě na skečových či pěveckých vystoupeních známých osobností. Obecně existuje také mnoho velmi kritických pohledů na tento druh televizní zábavy, kterou vnímají jako stupidní s velmi neinteligentním humorem; přesto se však téměř většina ze zmíněných pořadů stala diváckými fenomény. „*Ivan Mládek ve své show vyprávěl naprosto politicky nekorektní*

³⁶ BOUČEK, J. *Televizní zábava v devadesátých letech, příliš mnoho soutěží*. [online]. [par. 2014-11-17]. Dostupné z: http://www.radiotv.cz/p_tv/t_program/televizni-zabava-v-devadesatych-letech-prilis-mnoho-soutezi/

*vtipy, pořad je sexistický, ale tehdejší divák si tento pořad, zejména kvůli jeho absurditě oblíbil. Petr Novotný zase pracoval s momentem překvapení. Ať už kostýmem nebo tím, že na konci pořadu přijede Karel Gott na živém koni.*³⁷

Jak již bylo zmíněno v předchozím odstavci, součástí *Čundrcountryshow* byly často také nekorektní politické vtipy, které se trefovaly do politiky. Samostatným pořadem, který v sobě také nesl prvky estrádní show a satiricky útočil na politické dění, byl pořad *S politiky netančím* s Miloslavem Šimkem a Zuzanou Bubílkovou. Tento pořad, jenž později pokračoval pod názvem *Politické harašení aneb S politiky stále netančíme*, patří k fenoménům vysílání *TV NOVA* v devadesátých letech. Tomuto formátu však také velice přála doba, ve které se vysílal. Diváci byli stále ještě naučeni na program, který byl za doby komunismu ČR cenzurován. Tímto satirickým a nevybíravým komentováním politické sféry a jejich představitelů, vyvolávali u diváků pocit, že se jedná o pořad, který překračuje hranice. Současný televizní divák se však vyvinul a estrádní show se jako nové pořady již objevují velmi málo; pomalu jejich místo v programové skladbě nahrazují různé seriály a sitcomy, o nichž bude řeč v následujících odstavcích.

2.2.3 Televizní seriály a sitcomy

Televizní seriály jsou v současné době jedněmi z nejčastěji se vyskytujících žánrů, v programové skladbě téměř jakékoliv televizní stanice v ČR. Jejich popularita je masová, a stejně tak jejich míra sledovanosti. Jednou z oblíbených kategorií jsou např. kriminální seriály. Pro samotného diváka je nesmírně těžké orientovat se v jednotlivých pořadech, založených na kriminálním obsahu, protože se jedná většinou o stejnou dějovou linku, pouze s tím rozdílem, že se odehrávají na jiném místě. Mezi populární seriály, které se, dá se říct, zasloužily o znovu oblíbení tohoto žánru, patří seriály *Kriminálka Miami*, *Kriminálka New York*; mezi starší, ale zároveň stále reprízované a divácky sledované, pak seriály *Colombo*, *Komisař Rex* nebo *To je vražda, napsala*. Velmi výrazně také vzrostl počet těchto seriálů, které se vyrábí přímo na našem území. Za posledních pár let můžeme jmenovat seriály *Policie Modrava*, *Kriminálka Anděl*, *Vraždy v kruhu*, *Reportérka* a spoustu dalších. I přesto, že svým způsobem přináší divákům jakýsi druh odreagování se od běžného života, nedá se o nich zcela hovořit

³⁷ PŘÍLOHA A, rozhovor Milan Kruml

jako o žánrech specificky zaměřených na zábavu. Takovým žánrem je naopak zaručeně sitcom.

Sitcom je jedním z mnoha druhů televizních seriálů bavících televizní diváky. Sitcom se dá označit za jeden z nejvytrvalejších a nejpopulárnějších zábavních televizních žánrů. Začátek sitcomů sahá do doby kolem roku 1945. Prvním sitcomem, který se na obrazovkách objevil, byl pořad *I Love Lucy* stanice CBS. Stal se velice populárním a byl proto téměř okamžitě následován dalšími obdobnými formáty. První sitcomy byly tematicky zaměřeny na rodinu. To bylo zapříčiněno zejména tím, že se společnost pomalu dostávala ze 2. světové války, diváci tedy v těchto pořadech našli to, o čem sami vždy snili a jaký život si pro sebe představovali. Spolu se změnou doby se však také měnilo pojetí sitcomu. Vznikala nová témata, časté jsou vztahy na pracovišti nebo v domácnosti, tempo příběhů se zrychlovalo, vznikaly nové charakterové postavy a stále více se prosazovaly filmové postupy. Do prvních sitcomů byl dodatečně přimícháván smích, aby byl vytvořen pocit autentičnosti, na kterou byla společnost zvyklá při živém rozhlasovém vysílání. Později se natáčelo také před živým obecnstvem a do zvukového mixu byl použit reálný smích.³⁸

I v současnosti můžeme o tomto žánru televizní zábavy hovořit jako o zásadním, protože jich v programové skladbě televizního vysílání stále přibývá a často jsou také nasazovány do hlavních vysílacích časů. Starší z nich se pak dají považovat za „klasiky“, neboť se divákům vryly do paměti a jsou i přes nesčetné reprízování stále velmi sledované. Dá se říct, že si drží důležitou pozici v programových schématech, a to i přesto, že jsou v porovnání s nově vznikajícími formami tohoto žánru poněkud zastaralé. Sitcom by se měl vyznačovat několika charakteristickými rysy, mezi něž patří např. určité prostředí, ve kterém se děj odehrává a kde jsou spolu hlavní postavy v neustálém kontaktu (např. dům nebo pracovní prostředí). Často se v něm objevuje uměle nahraná zvuková kulisa. Nejznámějším ze zvuků, které sitcom využívá, je smích. Tento prvek vlastně navádí diváky k tomu, co jim má přijít legrační či humorné. Tento

³⁸ SLUNČÍK, V. *Sitcom: Vývoj a realizace*. Praha: Akademie múzických umění, 2010. s. 8. ISBN 978-80-7331-192-6-

žánr se vyvinul v rámci poměrně úzkých hranic, jež se v současné době v některých jiných zábavných pořadech stírají.³⁹

„Jednotlivé díly na sebe nenavazují, takže divák nemusí vědět, co se dělo v předcházející části. Stačí, aby rozpoznal postavy. Mezi nejznámější sitcomy na naší obrazovce patří americký M.A.S.H., moudrá „komedie“ z prostředí armádní nemocnice uprostřed války v Koreji, která ukázala, že legraci je možné si dělat ze všeho, pokud je vkusná a inteligentní. Výborné herecké obsazení pak podtrhlo úspěšnost celého projektu. Známy je u nás i americký sitcom Přátelé, nejúspěšnější sitcom všech dob o šesti Newyorčanech, nebo Ženatý se závazky o rodinných patáliích otce Bundy, jeho ženy a dvou dětí a na České televizi vysílaný a diváky velmi oblíbený kreslený sitcom Simpsonovi.“⁴⁰ Kvalitní sitcom by se měl řídit třemi pilíři, které tvoří jeho základ. „Jasně definovaná koncepce, vynikající scénáře a vynikající herecké obsazení. Sitcom je obvykle půlhodinový formát. V závislosti na zemi, kde se vysílá, se jeho délka pohybuje od 22 do 28 minut, a to s ohledem na množství vložených reklam.“⁴¹

Pakliže hovoříme o vlastní tvorbě sitcomů na našem území, mezi první pokusy můžeme zařadit pořady jako *Chalupáři* či *Taková normální rodinka*. Ačkoli některé z typických rysů pro tento žánr postrádají, díky lehce zapamatovatelným postavám či prostředí děje se dá do této kategorie pořadů zařadit. Za první pokus o situační komedii lze považovat pořad *Nováci*, který přináší TV NOVA. Na tomto televizním kanálu pak přichází další úspěšné pořady tohoto formátu, např. *Hospoda* nebo v současné době pořad *Comeback*. Poslední ze zmiňovaných pořadů opět oživil tento, u nás lehce upadající, žánr a jako jeden z mála má všechny patřičné parametry, které by měla situační komedie obsahovat. Nedá se ovšem říct, že by u nás měl tento žánr velkou tradici.⁴²

³⁹ ORLEBAR, J. *Kniha o televizi*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství Akademie múzických umění, 2012. s. 42-43. ISBN 978-80-7331-246-6.

⁴⁰ ŠTROBLOVÁ, S. *Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa/Filmová a televizní dramaturgie a programová skladba*. 1. vyd. Praha: UJAK, 2009. s. 116. ISBN 978-80-86723-73-0.

⁴¹ SLUNČÍK, V. *Sitcom: Vývoj a realizace*. Praha: Akademie múzických umění, 2010. s. 8. ISBN 978-80-7331-192-6.

⁴² ŠTROBLOVÁ, S. *Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa/Filmová a televizní tvorba. dramaturgie a programová skladba*. 1. vyd. Praha: UJAK, 2009. s. 116-117. ISBN 978-80-86723-73-0.

2.2.4 Soap opera

Klasickým identifikačním znakem, kterým se tento žánr vyznačuje, je zejména více dějových linek, jež jsou vystaveny kolem skupiny hlavních postav žijících na stejném místě či prostoru. Díky tomu vytváří soap opera pocit rychle se měnících situací. Často v divákovi může budit pocit chaosu, protože jednotlivé scény v příběhu často obsahují mnoho různých kombinací postav a událostí, které následují velmi rychle za sebou. Naproti tomu se však každá z epizod tohoto žánru odehrává během krátkého času (např. během jednoho dne či pár hodin). Konverzace mezi hlavními aktéry příběhu je často zbytečně zdouhavá a napínavá, záměrně dochází k pozdržování odhalení důležitých informací, čímž je divák nucen pamatovat si i děj, který probíhal již před dlouhou dobou a vlastně jej neustále nabádá přemýšlet o budoucím vývoji děje. Soap opera bývá často spojována se žánrem telenovely. I přesto, že zde fungují podobné principy, telenovely se točí okolo motivu lásky, která často musí projít mnoha nepříjemnostmi, než dojde k jejímu naplnění. Dalším základním rozdílem mezi těmito žánry je fakt, že telenovela má jasně daný počet dílů, což u soap opery není zvykem.⁴³

*„Pojmenování opera mýdlová, anglicky tedy soap opera (z angl. soap=mýdlo), začal používat americký tisk koncem třicátých let 20. století, a to jako poněkud ironický poukaz na hlavní sponzory rozhlasových soap oper, kterými byli výrobci čistících prostředků Proctre & Gamble a Palmolive, kteří se prostřednictvím těchto pořadů snažili oslovit svou hlavní → cílovou skupinu – ženy v domácnostech. Označení „opera“ odkazuje na významnou roli hudebního doprovodu, který akceptuje klíčovou roli emocionální složky jednotlivých příběhů. Podobně jako je tomu v operě či operetě.“⁴⁴ Žánr soap opery vznikl již kolem roku 1937 v USA. Poprvé byla představena formou rozhlasového vysílání. Nejstarším televizním pořadem, který se dá označovat za tento žánr, je *Guiding Light (U nás ve Springfieldu)*. Největšího úspěchu dosáhly v 70. letech minulého století. Právě v tomto období vznikaly doposud nejoblíbenější a nejsledovanější z nich, např. *Dallas*, *Dynastie*. V letech devadesátých jsou to *Beverly Hills 90210*, *Melrose Place* a k těm současnějším patří např. *Zoufalé**

⁴³ ORLEBAR, J. *Kniha o televizi*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství Akademie múzických umění, 2012. s. 42-43s. ISBN 978-80-7331-246-6.

⁴⁴ REIFOVÁ, I. a kol. *Slovník mediální komunikace*. 1. vyd. Praha: Portál, 2004. s. 171 – 172. ISBN 80-7178-926-7.

manželky či *Chirurgové*. Tuzemští televizní diváci neměli možnost se s tímto žánrem plně seznámit až do devadesátých let minulého století, a to zejména kvůli historickému vývoji. Zlom nastal s příchodem komerčních televizí – v roce 1992 *TV NOVA* začíná vysílat formou licence pořad *Dallas*, který byl v té době jejím nejsledovanějším pořadem. Trvalo více než deset let, než se, po všech odvysílaných soap operách zahraniční produkce, pokusila i česká televizní stanice o svou vlastní tvorbu. S prvním takovýmto pořadem přišla televize Prima, která představila divákům *Rodinná pouta*. Po tomto úspěchu přichází s podobným pořadem v žánru soap opery i *TV NOVA* - pořad *Ordinace v růžové zahradě* se vysílá až do dnešní doby a je stále jedním z nejsledovanějších na této televizní stanici. Stále velkou sledovanost si drží také pořad *Ulice*, která se vysílá již od roku 2006.⁴⁵ Dá se říci, že právě její velká popularita vedla k utvoření nové podoby televizních diváků u nás. Jedná se o fanatické nadšence, kteří si nenechají ujít jediný díl. V případě, že nemohou být po dobu jeho vysílání u obrazovky, neváhají si ho nahrávat nebo ho později sledovat v internetovém televizním archívu, který je prakticky součástí již každé televizní stanice. Pravdou zůstává, že tento žánr a s ním i jeho kategorie pořadů jsou zaměřeny především na cílovou skupinu, kterou jsou ženy. Nicméně i mnoho mužů rádo volí sledování některých ze zmiňovaných pořadů k odreagování či vypnutí poté, co dorazí domu ze své práce.

2.2.5 Reality show

Tento televizní žánr je pro tuzemské publikum jedním z nejnovějších, ale i přesto si za tu krátkou dobu jeho působení dokázal získat velkou diváckou sledovanost. V dnešní době již existuje neskutečné množství různých typů tohoto žánru, nejvíce se však na obrazovkách vyskytují ty, které jsou propojeny s prvkem soutěžním. Ty fungují formou sledování obyčejných lidí z davu, jimž přímým působením mohou diváci změnit život, tedy jejich realitu (*Česko hledá superstar*, *Vyvolení*). U obou těchto žánrů sledujeme buďto každodenní situace (život ve společnosti, zábavu, slzy, emoce atd.), nebo situace zcela výjimečné (velká výhra, sláva, životní zvrat atd.). Ukázkovým příkladem je např. pořad *Survivor*, který představuje určitou skupinu soutěžících, kteří jsou umístěni do prostředí, v němž není lehké žít (např. džungle, poušť), a tak má divák

⁴⁵ ŠTROBLOVÁ, S. *Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa/ Filmová a televizní dramaturgie a programová skladba*. 1. vyd. Praha: UJAK, 2009. str. 112-114. ISBN 978-80-86723-73-0.

možnost sledovat jak každodenní reálné situace (snaha o nalezení potravy, vztahy mezi danými osobami), ale také boj o výhru, která čeká toho, kdo vydrží v soutěži nejdéle. Reality show jsou do jisté míry fenoménem, který celosvětově sleduje obrovské množství populace.

Za prvo počátek tohoto žánru můžeme označit již rok 1948, kdy technický vynálezce a amatérský herec Allen Funt z USA přišel se zajímavým nápadem na pořad do začínajícího televizního studia CBS. Vzniká pravidelný pořad s názvem *Candid Camera (Skrytá kamera)*, který zobrazuje lidi v nezvyklých, dosti často trapných, situacích, a jejich reakce na ně; a to právě pomocí skryté kamery, o níž neměl nikdo z natáčených ponětí. Tato relace byla velmi úspěšná. Nápad Allena Funta je do dnešní doby neustále používán a vznikají stále nové pořady tohoto typu, i když v současné době na taková videa můžeme narazit zejména na internetu, kde jsou většinou šířena formou virálních videí. A přesně v tomto momentě začínáme hovořit o dalším subjektu, který se vedle moderátorů a filmových hvězd dostává na obrazovky – je jím „obyčejný člověk“. Tak vznikají reality show, které jsou na něm založeny. Za první opravdovou reality show je považován americký seriál *An American Family (Americká rodina)*. Od té doby však tento žánr prošel obrovským vývojem a počtem změn, které jej dělají pro diváka ještě daleko více atraktivním.⁴⁶

Reality show v současné podobě můžeme označit za mezižánrový televizní formát. To také zmiňuje Jeremy Orlebar ve své knize *Knihy o televizi*, jenž o tomto žánru hovoří takto: „*Nové žánry se objevují ve stejnou dobu, kdy se ty staré proměňují. Žánr, který na začátku 21. století nejvíc zaujal diváky, kritiky i teoretiky, je reality show. Reality show jsou žánrovým hybridem: přejímají uměle vytvořené situace (třeba držení soutěžících v domě speciálně vytvořeném pro pořad Big Brother) a podobají se proto sitcomu, jelikož jsou postaveny na určitém prostředí, z něhož účinkující postavy nemohou uniknout. Reality show je očividně podobná také dokumentu, poněvadž jde o formu zakládající se na faktech se zřejmým zájmem o průzkum lidského chování a vztahů, k čemuž využívá stylu snímání z pohledu „mouchy na stěně“. Podobá se také dramatickému pořadu svým tokem sekvencí zaměřených na detailní zkoumání charakteru účinkujících. Podobá se i soutěžní show, jelikož je zaměřena na měření sil,*

⁴⁶ ŠTROBLOVÁ, S. *Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa/ Filmová a televizní dramaturgie a programová skladba*. 1. vyd. Praha: UJAK, 2009. str. 103. ISBN 978-80-86723-73-0.

kdy soutěžící bojují o šanci zůstat v show a obvykle i o ceny. Podobá se talk-show, protože je prostředkem k reflexi sociálních témat (kupř. jak budou soutěžící reagovat na účastníka s jinou sexuální orientací anebo na člověka z velmi odlišného sociálního prostředí) a obvykle přináší příležitost k osobním zpovědím soutěžících (jako je tomu ve zpovědnici pořadu Big Brother). Podobá se lifestylovému pořadu ve svém důrazu na vytváření a proměňování osobnosti a na předvádění toho, že se lidé mohou měnit, učit jeden od druhého a také ze svého prostředí a že sociální vztahy lze změnit.“⁴⁷

Z tohoto popisu jde velmi jednoduše pochopit popularitu tohoto žánru, neboť z výše uvedeného výčtu si může každý divák vybrat to, co ho zajímá a co mu přináší potěšení.

S uvedením prozatím nejúspěšnějšího reality pořadu *American Idol* a posléze jeho navazujících pořadů (např. *X Factor*) nastala revoluce v programové skladbě televizního vysílání, která přitáhla k obrazovkám enormní počet televizních diváků, a to zejména kvůli faktu, že „*reality show má žánrový přesah i mimo televizní médium. Soustavné pozorování soutěžících skrytými anebo stále přítomnými kamerami připomíná neustálý dohled, který je charakteristický pro soudobé veřejné i soukromé budovy a veřejná prostranství městských center. Tím, jak dělají „hvězdy“ ze soutěžících, se reality show stávají součástí kultury celebrit, která formuje představy veřejnosti o osobnostech, jako jsou filmové a fotbalové hvězdy nebo zpěváci pop-music.“⁴⁸*

V současné době však začíná těchto pořadů ubývat, protože zájem ze strany diváků již není tak velký jako dříve, přesto se ale v programových schématech neustále vyskytují a jen tak z televizní scény nezmizí, pouze se dočkají neustálých vylepšování a drsnějšího obsahu, na který je dnešní televizní publikum nejvíce zvyklé. Čím je pořad kontroverznější, tím větší sledovanost má. Reality show je dominantním žánrem, který naplňuje funkci zábavnou; díky němu se divák pobaví, odpočine si a na malou chvíli může žít životy někoho jiného. A to je hlavní podstatou reality show.

⁴⁷ ORLEBAR, J. *Kniha o televizi*. 4. vyd. Praha: Nakladatelství Akademie múzických umění, 2012. s. 47. ISBN 978-80-7331-246-6.

⁴⁸ Tamtéž

2.2.6 Talk show

„Talk show je typ pořadu, v němž moderátor vede rozhovor ve studiu (zpravidla v přítomnosti publika) převážně se známými osobnostmi ze světa politiky, kultury, sportu.“⁴⁹ Takto by se dal ve zkratce vysvětlit pojem televizní talk show. Jak již ze samotného názvu vyplývá, je jasné, že se jedná o pořad, který je založený na komunikaci. V tomto případě komunikaci mezi hlavním moderátorem pořadu a jeho hostem (popřípadě vícero hosty), který je do pořadu pozván. Pokud hovoříme o žánru jako takovém, nedá se talk show zcela považovat za žánr zábavný – často se v něm řeší závažná politická témata a nebojí se ani poukazovat na sociální problémy ve společnosti, jakými jsou např. rasismus, sexuální orientace, rovnoprávnost ve společnosti či problémy spojené s alkoholismem, drogami. „Za tvůrce první talk show je v americkém televizním prostředí považován Phil John Donahue. V letech 1963 až 1967 moderoval na rádiu WHIO telefonickou talk show *Conversation Piece*, odkud se přesunul se svým pořadem do televize WLWD. *The Phil Donahue Show* se proslavila především svými tématy, která do té doby byla tabu – ateismus, homosexualita, potraty, válečné protesty. Donahue jako první sestoupil z pódia mezi diváky a s mikrofonem v ruce se publika ptal na jeho názory, divákům dával i možnost klást otázky.“⁵⁰

Ovšem jako každý žánr, tak i talk show má svou určitou typologii. V té najdeme i takzvanou osobnostní či celebrity talk show, která je zaměřena především k pobavení diváků, a to zejména formou nahlédnutí do soukromých životů veřejně známých osobností. Tyto pořady často ukazují „celebrity“ v jiném světle, než jen jako dokonalé lidské bytosti s velkým množstvím talentu a miliony na kontě. Právě v těchto pořadech se známé osobnosti nebojí ukázat v zábavných skečích, které si pro ně tvůrci pořadu připraví. V USA je číslem jedna pořad Ellen Degeneres s názvem *The Ellen Show*, který je na tomto vystaven. Tato show také nepostrádá jeden z nejvýznamnějších znaků, jímž je charismatický moderátor, kterého publikum a televizní diváci milují. Ellen Degeneres v sobě má navíc velký kus komika, čímž oproti ostatním moderátorům talk show

⁴⁹ REIFOVÁ, I. a kol. *Slovník mediální komunikace*. 1. vyd. Praha: Portál, 2004. s. 257. ISBN 80-7178-926-7.

⁵⁰ ŠTROBLOVÁ, S. *Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa/ Filmová a televizní dramaturgie a programová skladba*. 1. vyd. Praha: UJAK, 2009. s. 119. ISBN 978-80-86723-73-0.

vyčnívá. Dalšími takovými show jsou v USA např. *The Tonight Show* s Jimmym Fallonem či pořad *Jimmy Kimmel Live*. Obě tyto show jsou opět postaveny na netradičních a zábavných rozhovorech s mediálně známými osobnostmi. Rozhovory vedou skvělí moderátoři s velkým smyslem pro humor. Tyto talk show baví diváky po celém světě a i když v ČR nemají stále takovou tradici, o podobný typ takového pořadu se před nedávnem pokoušela *FTV Prima* se svým pořadem *Talk show Geni a Míši* (TGM). Jsou zde velmi patrné náznaky toho, že se tvůrci pořadu inspirovali právě zmíněnými talk show z USA, neboť používají velmi podobné vystavění rozhovorů, skeče či soutěže, kterými ukazují své hosty v jiném, netradičním světle. Tento pořad však u televizních diváků velký ohlas nezaznamenal, a proto skončil po pár odvysílaných dílech.

Úspěšnou výjimkou je *Show Jana Krause*, kterou momentálně vysílá *FTV Prima*. Původní koncept pořadu vysílala *ČTI* pod názvem *Uvolněte se, prosím*. Ačkoliv se pořad přesunul z veřejnoprávní stanice do komerční, základ pořadu zůstává stále stejný. Moderátor Jan Kraus v úvodu glosuje události, které se uplynulý týden staly, a poté postupně vyzpovídá tři pozvané hosty. Druhá talkshow, která v současné době může konkurovat pořadu Jana Krause, je pořad *Všechnopárty* Karla Šípa. Tento pořad se začal natáčet a vysílat v roce 2005 a stále se drží na špičce oblíbenosti, co se týče pořadů veřejnoprávní *ČT*. Princip pořadu je vesměs stejný jako u *Show Jana Krause*, avšak s tím rozdílem, že Karel Šíp je specifický svým humorným způsobem pokládání otázek, kdežto Jan Kraus spíše pro své dosti zákeřné otázky, kterými své hosty často vyvádí z míry.

3 MEDIÁLNÍ PUBLIKUM

Pokud je tématem této práce vývoj a proměny televizní zábavy, je nutné definovat její recipienty. Mediální publikum je kolektivní označení uživatelů nějakého média. Ti se stávají příjemci určitého sdělení, ať se jedná o představení v divadle, rozhlasové či televizní zprávy. Medializace sdělení s sebou vždy přináší určité důsledky. Charakteristické rysy mediálního publika se dají shrnout do čtyř základních bodů, musí však být brány v potaz jisté odlišnosti, podle dané společenské a historické situace, typu média a jeho sdělení.

„Mediální publikum se účastní:

- 1. plánovaného a organizovaného sledování nějaké*
- 2. veřejně prováděné či obecně dostupné činnosti, která má*
- 3. světský charakter a může sloužit potěše, zábavě a poučení,*
- 4. jedinec se součástí publika stává do značné míry dobrovolně a do značené míry sám rozhoduje o tom, čemu bude věnovat pozornost.“⁵¹*

Existuje řada názorů na to, kdy se začalo publikum formovat. Hovoří se již o pravěku, kdy se první lidé začali scházet u ohně, aby si vyslechli vyprávění lovců. Denis McQuail však přišel s teorií, která tvrdí, že první shodné rysy se současným mediálním publikem lze pozorovat v antice a v jejích divadelních představeních či hrách. Tato prvotní forma publika se však samozřejmě odlišuje od svého novodobého mediálního ekvivalentu. Zaprvé tím, že antické publikum bylo lokalizováno na jednom místě a v jednom čase, jednalo se o příjem sdělení, která byla na „živo“. Denis McQuail ve své knize *Úvod do teorie masové komunikace*, uvádí, že souvislý vývoj od rané formy k formě mediálního publika de facto neprobíhal. Došlo však ke společenskému vynálezu nové varianty, která má s prvotním publikem jisté související znaky a zapůjčuje si jeho jméno. To však může být do jisté míry zavádějící.⁵²

⁵¹ JIRÁK, J. a KOPPLOVÁ, B. *Média a společnost*. 2. vyd. Praha: Portál, 2003. s. 87. ISBN 978-80-7367-287-4.

⁵² MCQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. 2. vyd. Praha: Portál, 1999. s. 316. ISBN 80-7178-714-0.

3.1 Televizní diváci

S vynálezem každého nového hromadného sdělovacího prostředku se v rámci publika začaly utvářet specifické skupiny příjemců mediálních sdělení. Se vznikem knihtisku čtenáři, s rozhlasem posluchači, a s příchodem televizního vysílání televizní diváci. Pro každé médium má velký význam znát své recipienty co nejlépe, pochopit svou cílovou skupinu a na ni po té své mediální sdělení cílit.

Specifickým druhem recipientů jsou již zmínění televizní diváci. Jedná se o recipienty mediálních sdělení zprostředkovaných televizním vysíláním. Televizní vysílání tvoří důležitou roli v životě jedince i společnosti. Svou pozici si drží s i příchodem internetu. Je pravdou, že zejména mladší generace je na televizním vysílání méně závislá, nicméně u dospělého diváka je stále nedílnou součástí každodenního života. Televizory v současné době vlastní téměř každá domácnost. Zarážející dnes není ani fakt, že i v těch nejchudších zemích třetího světa, v místech, kde rodiny žijí v chudinských čtvrtích, v rozpadlých domech či dokonce slumech, mají televizory. Toto dokazuje jakou moc televizní vysílání má, a jakou závislost u diváků vyvolává. Televizní vysílání bylo doposud specifické tím, že k jeho konzumaci byla potřeba značná dávka času. Ovlivňovalo, a stále ovlivňuje denní biorytmus svých konzumentů. Z určitého vámi vybraného pořadu, který sledujete v pravidelnou dobu se stává důležitý bod dne, díky němuž mnohdy televizní divák odmítá další události. Sledování takového pořadu se pak stává tradicí, jejíž dodržování jejímu recipientovi většinou trvale ovlivňuje časové uspořádání dne. Divák určitého pořadu, který se vysílá pravidelně ve stejnou dobu a čas, většinou odmítá pozvání na schůzky, plánuje si svůj den v práci tak, aby mohl být v danou dobu doma a mohl sledovat vybraný pořad. Málokdo z nich si však tuto závislost ve skutečnosti uvědomuje. Současná doba přináší značnou úlevu, neboť „*nové možnosti záznamu, uchování a reprodukce zvukových a obrazových nahrávek, které přinesl rozvoj reprodukční techniky, daly do značné míry vládu nad časem a jeho organizací do ruky jednotlivcům v publiku.*“⁵³ Moderní divák dnes není tak vázaný na čas, právě z důvodů možnosti přehrát si svůj oblíbený pořad z archívu. Nicméně

⁵³ JIRÁK, J. a KOPPLOVÁ, B. Média a společnost. 2. vyd. Praha: Portál, 2003. s. 99. ISBN 978-80-7367-287-4.

existuje velká řada diváků, kteří jsou stále konzervativní a tento způsob nevyhledávají. Tuto možnost volí především mladší generace, která více času tráví na internetu.

Tato práce se však zaměřuje na televizní zábavu určenou dospělému divákovi. V dnešní době je téměř v každé domácnosti více než jeden televizor. Navíc také můžeme pozorovat velký nárůst, co se týká programové nabídky. Nejenže vznikají nové a nové plnoformátové televizní stanice, začaly se také objevovat ty tématické. Takové, které se zaměřují na určitý druh pořadů či tematiky. S tak vysokým nárůstem konkurence začalo televizním stanicím docházet, jak důležité je přesné zacílení na cílovou skupinu kombinované s adekvátní programovou skladbou vysílání. Cílová skupina se určuje na základě určitých stejných znaků. Mezi tyto znaky patří např. pohlaví diváků, věk, demografické umístění, zvyky a tradice, jazykové odlišnosti atd.

Dospělí televizní diváci jsou skupinou, která je dělena právě podle věku. Avšak chápání dospělosti z hlediska psychologického vývoje a jeho pojetí z pohledu televizních stanic, se liší. Z pohledu psychologie se člověk dostává do fáze dospělosti v 18 letech svého života. Poté se podle přibývajících let ještě definují další fáze dospělosti. Televizní stanice za dospělého diváka považují člověka, jenž dosáhl věku 15 let. Cílová skupina 15+ je tedy pro televizní stanice, které primárně vysílají programy zaměřené na dospělou populaci, velmi zásadní. Ač se to na první pohled nemusí zdát, televizní diváci mají v současné době velmi výraznou moc ovlivnit svými preferencemi a sledovaností pořadů, jaké z nich se budou dále na obrazovkách vysílat a které již nikoliv. *„Moc dát do výroby nové pořady je v rukou televizních ředitelů, nicméně tvůrci programového schématu hrají důležitou roli při určování pořadů, které si pravděpodobně získají publikum, a to na základě informací, které mají o tom, co publikum sledovalo v minulosti. Tvůrci programu tak dávají doporučení vedení televize, co vysílat a tím pádem ovlivňují, jaké pořady se vyrábějí.“*⁵⁴ Televizní stanice si tedy dávají velmi záležet na výběru pořadů a jejich zacílení na odpovídající cílovou skupinu. Častou praxí bývá, že určitý typ programu nemá pozitivní čísla od respondentů z měřené cílové skupiny, na kterou je původně zaměřen, ale ukáže se, že daný pořad oslovil skupinu, jež se ale v celkovém hodnocení neukáže. Příkladem mohou být současné talentové soutěže, které jsou svým zařazením cíleny na dospělého diváka, avšak největší

⁵⁴ORLEBAR, J. *Kniha o televizi*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství Akademie múzických umění, 2012. s. 76. ISBN 978-80-7331-246-6.

sledovanosti se těší u cílové skupiny diváků mladších 15 let. Z tohoto pohledu vyplývá, jakou váhu má správné zaměření programů podle cílových skupin.

Při výběru pořadů pro dospělé televizní publikum, platí to i pro tvorbu zábavnou, musí televizní stanice dbát také na kulturní zvyklosti televizních diváků dané země. *„Otázky vkusu a standardů jsou úzce spjaty s představami o televizních divácích a s mechanismy tvorby programu. Tvůrci programového schématu musí zvažovat, zda se nějaké speciální „choulostivé“ události v reálném světě – jako jsou náboženské svátky, státní svátky anebo tragické události – neodehrávají v době vysílání určitých pořadů. Mohlo by být kupříkladu považované za necitlivé vysílat dokument o relativně pozitivních hodnotách fundamentalistické náboženské víry v době výročí londýnských bombových útoků ze 7. července 2005. Tvůrci programu berou v úvahu nejen obsah toho, co se objeví v konkrétním programovém bloku, ale také „přetažené publikum“, tj. povahu předcházejícího pořadu a to, jaký druh publika pravděpodobně naláká.“⁵⁵* Příkladem tohoto je Česká televize, která v tomto roce vysílala pořad *Kousek nebe*; pořad, který cílí na převážně ženské divačky či starší generaci. Hned po jeho skončení se vysílal pořad *DoktorKA*, který pracuje s identickou cílovou skupinou.

Motivy, které přivádí televizní diváky k sledování vysílání, mohou být různé. Každý má ty své a hledá jiný druh zážitků či uspokojení. Ať se již jedná o touhu po nových informacích či radách, všeobecný přehled o společenském životě, o pocit sounáležitosti s ostatními (např. v době hokejového mistrovství), únik od problému či vcítění se do problémů druhých, ale také pro únik od starostí každodenního života, vyplnění času a získání struktury pro běžnou denní činnost.⁵⁶ A i tyto motivy si televizní vysílatelé uvědomují při volbě svého programu. A právě pro motiv úniku z každodenní reality si většina z diváků vybere některý z žánrů televizní zábavy, u kterého se mohou nejlépe odreagovat.

⁵⁵ ORLEBAR, J. *Kniha o televizi*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství Akademie múzických umění, 2012. s. 76. ISBN 978-80-7331-246-6.

⁵⁶ MCQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. 2. vyd. Praha: Portál, 1999. s. 351. ISBN 80-7178-714-0.

4 VÝVOJ A PROMĚNY TELEVIZNÍHO VYSÍLÁNÍ V ČR PO ROCE 1989

Rok 1989 je rokem zlomovým pro tehdejší československou společnost. Právě v tomto roce začalo vzrůstat napětí a nespokojenost obyvatelstva země s politickou, ekonomickou a společenskou situací. Tato nespokojenost začala být společností dávana najevo již v lednu 1989, a to sérií spontánních manifestací v Praze k příležitosti výročí sebeupálení Jana Palacha. Tyto manifestace se pak opakovaly při dalších významných výročích (např. výročí invaze vojsk Varšavské smlouvy, výročí založení samostatné Československé republiky). Postupem času také vzrostla snaha veřejnosti o zahájení dialogu s politickou mocí. Vrcholem veškerého napětí byl pátek 17. listopadu 1989. V tento den probíhala oficiální manifestace k Mezinárodnímu dni studentstva. Po skončení oslav se průvod této manifestace vydal přes Vyšehrad až do centra Prahy, kde byl na Národní třídě zastaven velmi násilným způsobem pořádkovými silami. Tento akt vyvolal neskutečnou vlnu rozhořčených reakcí, a proto hned následujícího dne se studenti pražských vysokých škol rozhodli vyhlásit stávkou. Z původně plánovaného protestu proti násilnému zásahu a s požadavkem na nezkreslování informací, které o něm byly poskytnuty, přerostl tento protest v tlak na dialog se stávající politickou mocí a zásadní společenskou změnu ve státě. Pro Českou republiku se subjektem vůle po změně stalo *Občanské fórum* a pro Slovensko *Veřejnost proti násilí*. Po sériích jednání, které proběhly mezi představiteli Občanského fóra a delegací federální vlády a Národní fronty, dochází v prosinci 1989 k rekonstrukci republikových vlád, i vlády federální, a ke vzniku tzv. vlády národního porozumění. Stát byl přejmenován na Česko-Slovenskou federativní republiku, Alexander Dubček stanul v čele Federálního shromáždění a na konci prosince byl československým prezidentem zvolen Václav Havel. A právě tímto vším byla zahájena transformace československé společnosti a jejího politického, ekonomického a společenského života.⁵⁷

⁵⁷ BEDNAŘÍK, P a kol. *Dějiny českých médií/Od počátku do současnosti*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2011. s. 361. ISBN. 978-80-247-3028-8.

V letech nadcházejících se Československo z centrálně plánovaného hospodářství, podřízeného RVHP jako určující nadnárodní struktury, změnilo v liberálně orientovanou ekonomiku. Docházelo k odstátnování a privatizaci státních podniků, v rámci politické sféry docházelo zejména k budování demokratických struktur politické reprezentace a zavedení demokratických principů a procedur (svobodné volby, více politických stran v rovné soutěži). Souběžně však vzrůstalo napětí mezi Českou a Slovenskou republikou. Dne 1. ledna 1993 dochází k rozdělení Československa na dva samostatně fungující státy a ještě téhož měsíce je Václav Havel zvolen prezidentem ČR. Česká republika se od roku 1989 vyprofilovala jako stát výrazně se orientující na průmysl spotřebitelský, s relativně stabilním bankovním sektorem, který je však silně ovlivňován vlastníky ze zahraničí, s poměrně velkou mírou politické nestability, s klesající důvěrou společnosti v politické reprezentanty.⁵⁸

4.1 Proměny kulturního života po roce 1989

Se změnami politického systému přišly také změny v kulturním životě české společnosti. První roky po roce 1989 byly specifické tím, že se v kulturních i mediálních produkcích začala ve velké míře vyskytovat díla, která byla po dlouhá léta v předcházejících obdobích naprosto nedostupná či režimem zakázaná. Kulturní produkce se dále nemohla spoléhat na podporu ze strany státu. Nové podmínky tržního prostředí a vznik konkurence nastolily zásadní změny v jejich fungování. Tyto změny se dotkly jak české kinematografie (v rámci odstátnění se musela potýkat s velmi nízkou podporou ze strany státu, a proto začínají vznikat první producentské společnosti, např. *Bonton*); tak provozovatelů televizního vysílání, kteří se sami o sobě stali významnými producenty (z prvopočátku zejména *Česká Televize* a po roce 2000 *TV NOVA*). Hovoříme-li o specifických prvcích, které charakterizují kulturu a umění v 90. letech minulého století, je patrné, že se i nadále posilovaly trendy kulturní produkce, jež se vyskytovaly i v obdobích předcházejících. Ve všech kulturních odvětvích stále více sílil princip komercializace, a to zejména tím, že recipientům svých sdělení nabízejí

⁵⁸ BEDNAŘÍK, P a kol. *Dějiny českých médií/Od počátku do současnosti*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2011. s. 361 – 363. ISBN. 978-80-247-3028-8.

produkty, které jsou určeny masové spotřebě; jedná se zejména o tituly romantického, špionážního či dobrodružného žánru (většina z nich z americké produkce).⁵⁹

4.2 Televizní vysílání po roce 1989

S transformací politického systému přichází na řadu také řada změn týkajících se televizního vysílání. Politickým rozhodnutím byla odstátněna Československá televize jakožto výrobce a vysílatel programů. Tímto krokem se z médií patřících státu mohla rozhodnutím zákonodárců stát média veřejné služby a tím pádem se také uvolnily kmitočty pro možné soukromé vysílatele. V druhé polovině roku 1991 byla ustanovena *Slovenská televízia*, a to i přesto, že nadále vysílala také *Československá televize*. K rozhodnutí o ustanovení České televize dospěla Česká národní rada v listopadu 1991. Toto ustanovení bylo vázáno k 1. lednu 1992. To znamená, že v posledním roce společného státu zde fungovali tři vysílatelé, a to *Československá televize*, *Česká televize* a *Slovenská televízia*. Až se zánikem federace přestala existovat *Československá televize*. *Česká televize* později změnila název svých programů na *ČT1*, *ČT2* a *ČT3*.⁶⁰ „Prvním ředitelem České televize se stal Ivo Mathé, kterého Česká národní rada v tajné volně zvolila 18. prosince 1991 nejprve prozatímně na období prvních tří měsíců roku 1992, do volby rady ČT, která jej pak zvolila 23. března řádným generálním ředitelem na dobu šesti let s platností od 1. dubna.“⁶¹

Již v průběhu roku 1990 byly přichystávány legislativní podmínky v oblasti elektronických médií, jejichž výsledkem byl zákon č. 468/91, díky kterému byly roku 1991 ustanoveny podmínky k provozování rozhlasového a televizního vysílání. Byl také zaveden duální systém, který umožňuje a upravuje podmínky existence a fungování komerčního rozhlasového i televizního vysílání jako jedné části systému a subjektů veřejnoprávních jako části druhé.⁶² První významnější televizní stanicí se stala Premiéra. „Premiéra získala v listopadu 1992 licenci regionálního vysílatele a začala

⁵⁹ BEDNAŘÍK, P a kol. *Dějiny českých médií/Od počátku do současnosti*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2011. s. 354 – 364. ISBN. 978-80-247-3028-8.

⁶⁰ Tamtéž, str. 377

⁶¹ KRUMML, M. *Televize? Televize!* 1. vyd. Praha: Česká televize, 2013. s. 235

⁶² MUSIL, J. *Sociální a mediální komunikace*. 1. vyd. Praha: Portál, 2010. s. 50. ISBN 978-80-7452-002-0.

vysílat v červnu 1993. V polovině 90. let jí Rada ČR pro rozhlasové a televizní vysílání umožnila stát se celoplošnou televizní stanicí. V roce 1997 změnila televize název na Prima. V únoru 1994, přesně rok po udělení licence, začala vysílat celoplošná komerční stanice TV NOVA a ještě během tohoto roku se stala ekonomicky nejúspěšnějším mediálním projektem. Srovnáme-li její ekonomický úspěch s její programovou nabídkou, potvrdí se závěr, že transformace českých médií byla přechodem ke komercializovaným, na tvorbu zisku orientovaným médiím, která ve velké většině rezignovala na společensky významné cíle informativního, edukativního či kulturotvorného charakteru.⁶³ TV NOVA znamenala také velmi výrazné narušení, co se týká vyváženosti v duálním systému. Došlo k oslabení postavení veřejnoprávních médií, obzvláště pak České televize. Český divák měl v polovině 90. let možnost sledovat dva celoplošné veřejnoprávní kanály České televize a dvě soukromé komerční televizní stanice. K tomu se také začalo rozšiřovat satelitní vysílání i kabelová síť. Kolem roku 2004 bylo ze sledovanosti stanic TV NOVA, TV Prima a ČTI, patrné, že se televizní trh ustálil. Hlavním smyslem existence médií se stala orientace na zisk, tímto krokem však také dochází k výraznému rozvoji bulvárních médií. Mentalita trhu vedla k tomu, že všechna média začala vyhledávat a poskytovat populárnější témata, přinášet skandální události, soukromé informace ze světa veřejně známých osobností.⁶⁴

⁶³ BEDNAŘÍK, P a kol. *Dějiny českých médií/Od počátku do současnosti*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2011. s. 378. ISBN. 978-80-247-3028-8.

⁶⁴ Tamtéž, s. 378 – 379.

5 VÝVOJ A PROMĚNY TELEVIZNÍ ZÁBAVY PRO DOSPĚLÉ V ČR PO ROCE 1989

Obecně pro televizní vysílání, přelom roku 1989 v samotném prvopočátku neznamenal nikterak vysoce rychlou a náhlou změnu. K transformaci televizního vysílání a jeho programové skladby, i co se týče zábavných pořadů, docházelo postupně. Až do roku 1992 pořad existovala *Československá televize*. „*Stále se vysílaly velké pořady, zejména velké sobotní zábavy, vysílalo se třeba také z Košic nebo Bratislavy.*“⁶⁵ V současné době se dá také vypořádat jeden zajímavý fakt, a to zejména pokud hovoříme o tvorbě velkých zábavných pořadů. V posledních pár letech je stále častějším jevem, že opětovně dochází ke spolupráci českých a slovenských televizních stanic, které spolu vytvářejí jeden pořad, jenž se poté vysílá jak v Česku, tak na Slovensku. Důvodem je zejména to, že oba trhy, jsou malé. Televizním stanicím se tato spolupráce vyplatí jak finančně, tak také z důvodu vyšší sledovanosti. Ta poté přináší tížené prostředky. Navíc stále častěji se připravují velké talentové, které jsou tvorbou velice nákladné, proto je tato spolupráce pro televize výhodným obchodem.

První roky po pádu režimu byly pro řadu pořadů zlomové. Nyní se ukázalo, které pořady jsou natolik úspěšné, že budou pokračovat a diváky budou stále bavit, i když situace ve státě bude jiná. Mezi tyto pořady lze zařadit např. *Televarieté*, *Možná přijde i kouzelník* nebo *Manéž Bolka Polívky*, které se nadále vysílaly i po roce 1989. Dá se říct, že v tomto momentě se televizní sféra pozvolna usazovala a připravovala se na příchod komerčních subjektů, které teprve přinesly revoluce v televizním vysílání v ČR.

⁶⁵ PŘÍLOHA A, rozhovor Milan Kruml

5.1 Vznik komerčních televizí

Dalším podstatným mezníkem ve vývoji televizní zábavy po roce 1989 je moment, kdy dochází ke vzniku duálního systému vysílání čili vzniku komerčních televizních stanic. *FTV Premiéra* získala jako první z komerčních televizních stanic licenci, která ji opravňovala k vysílání, nicméně až s příchodem *TV NOVA* se dá hovořit o naplnění duálního systému v ČR. Se vznikem *TV NOVA* také nastává éra televizní zábavy, jež bude přitahovat diváky k obrazovkám v obrovských počtech. Pořady, které v této době vznikly, jsou doteď známé a neustále reprízované. Těch, které se staly fenoménem, je v této době velmi mnoho – o neuvěřitelném počtu svědčí vznik televizní stanice *Telka*, která čerpá pouze a výhradně z archivů *TV NOVA* a vysílá tak reprízy pořadů, které měly dříve největší úspěch.

Devadesátá léta označuje jako zlatý vrchol televizní zábavy po roce 1989. „*Televizní zábavě se po pádu režimu nejvíce dařilo na konci let devadesátých. TV NOVA totiž měla v tuto dobu na zábavě postavený celý koncept. Čundrcountry show, Novoty, Politické harašení a další. Divákům byla neustále předkládána zábava. I ČT se pokoušela nabízet podobné formáty, jedním z nich byla Horečka páteční noci, kde se zkoušely alternativní sitcomy. Pokud ale chceme hovořit o opravdové zlaté éře televizní zábavy, ta tu byla v Československu v letech šedesátých. Nikdy potom už zábava nebyla taková jako tenkrát. Zábavné pořady tehdy vyhrávaly stabilně všechny festivaly po světě.*“⁶⁶ Komerční televizní stanice definovaly nové vývojové trendy pro vysílání, a to nejen u zábavy, ale u všech formátů. Výrazně však také ovlivnily hodnoty české společnosti, obsah televizního vysílání se tak stával stále komerčnějším a bulvárnějším. Je to vidět např. na zpravodajství komerční *TV NOVA*, kdy divák nemůže očekávat příjem kvalitních informací, spíše se jedná o infotainment. Avšak i přesto, jsou stále nejsledovanějším zpravodajstvím u nás. To vypovídá i tom, že s příchodem zlaté éry televizní zábavy, její úroveň značně poklesla.

⁶⁶ PŘÍLOHA A, rozhovor Milan Kruml

5.1.1 Komerční a veřejnoprávní zábava

Předchozí kapitola zmiňuje fakt, že s příchodem komerčních televizních stanic nastala revoluce v televizním vysílání, která se týkala zejména zábavných formátů. Je tedy nutné správně pochopit, jak pracují televizní tvůrci z řad veřejnoprávních a komerčních televizí. Na těchto principech se dá velmi efektivně demonstrovat, na jakých, doposud neznámých, principech komerční televize pracují a porovnat je tak s principy veřejnoprávní TV. „*Komerční TV u nás jsou svou filozofií blízké spíše americkým sítím než těm evropským. To znamená, že daleko více sází na to, že je nutné vytvořit něco, co bude úspěšné a zároveň toho potřebujete velmi mnoho. Jakmile daný dosáhne úspěchu, tak je potřeba ho donekonečna vysílat. Ideální tedy je dlouho běžící projekt. Dokud funguje, bude se vysílat.*“⁶⁷ Komerční televizní stanice si velmi konkurují. Každá z nich se snaží přitáhnout k obrazovkám co nejvíce televizních diváků, kteří budou sledovat jejich pořady, a tím budou schopni zaplatit veškeré náklady s vysíláním spojené a dosahovat zisku. Jsou závislé na příjmu z reklamních bloků a jednotlivé firmy, jež se rozhodnou propagovat svůj výrobek formou televizní reklamy, si velmi dobře zjišťují, který pořad je úspěšný, v jakých vysílacích časech běží a jaká je jeho sledovat.

Veřejnoprávní naproti tomu funguje na principu odlišném. To také vychází z logiky věci, protože jejich primárním cílem není zisk, ale poskytnutí služby veřejnosti. Přesnou specifikaci poslání veřejnoprávní ČT najdeme v zákonu o České televizi, v paragrafu 2, ve kterém stojí: „*Česká televize poskytuje službu veřejnosti České republiky tvorbou a šířením televizních programů na celém území České republiky. Jejím posláním je poskytovat objektivní, ověřené, všestranné a vyvážené informace pro svobodné vytváření názorů, rozvíjet kulturní identitu českého národa a národnostních a etnických menšin v České republice, zprostředkovávat ekologické informace, sloužit vzdělávání, výchově mladé generace a přispívat k zábavě diváků.*“⁶⁸

Z tohoto přehledu je tedy patrné, že veřejnoprávní televize musí pracovat se svými programy ve velmi širokém spektru, musí obsáhnout všechny cílové skupiny recipientů. Co se týká zábavné tvorby, neměla by tvořit pouze obsahy, u kterých si je jistá, že

⁶⁷PŘÍLOHA A, Milan Kruml

⁶⁸ Zákon č. 483/1991 Sb. o České televizi. In: ceskatelevize.cz[online]. © 2005 – 2014 [cit. 2015-09-20]. Dostupné z: <http://img.ceskatelevize.cz/boss/image/contents/zakony/pdf/zakon-o-ceske-televizi.pdf>

budou diváky masově zajímat. Také by měla více sázet na inteligentní humor, než to dělají komerční televize. „Veřejnoprávní TV jsou v tvorbě zábavy flexibilnější, nezaměřují se pouze na jeden úspěšný projekt. Pracují spíše s modelem britským, to znamená, že si vytvoří okno, kam se divák naučí vracet, protože tam dostane určitý typ pořadu. Nevytvoří se sitcom, který má dvacet čtyři dílů, ale takový, který jich má šest, ale budou se vysílat tři série za sebou.“⁶⁹

5.2 Devadesátá léta

Obecně se dá říci, že devadesátá léta přála tvorbě televizní zábavy. Ať již to bylo dáno změnou politického režimu nebo vznikem duálního systému a s ním i tvorbou televizního obsahu komerčních televizí, který byl v danou dobu naprosto přelomový a jiný, než byli diváci doposud zvyklí. Nejvýraznější podíl na tom měla právě TV NOVA. V devadesátých letech tato televizní stanice vyráběla a připravovala jeden zábavný projekt za druhým. Obsáhla téměř každý zábavný žánr. Z většiny těchto pořadů se stal fenomén. Jsou to formáty, které si i v dnešní době vybaví téměř většina dospělých televizních diváků. Soutěžní pořady této doby byly např. *Kolotoč*, *Riskuj*, *Bingo*, *DO-RE-MI*. Diváci se mohli setkat s prvními sitcomy, kterými byly *Nováci* nebo *Hospoda*. Prostor dostala také talk show, mezi nejvýraznější pak patřily pořady *Áčko* a *Tabu*. A také velké zábavné estrádní pořady *Novoty*, *Zlatá mříž*, *Čundcountry show*, *Horoskopičiny* a mnoho dalších.

I veřejnoprávní *Česká televize* v devadesátých letech připravila několik populárních projektů, avšak nedá se hovořit o tak enormním počtu, jako na nově vzniklé TV NOVA. Česká televize přišla vůbec s první soutěží, ve které si diváci mohli vyhrát peníze, a to se známou soutěží *Tutovka*, která byla spojena s loterijským losováním výherců. Jedním z dalších pořadů byla také zábavná soutěž *KUFR*, která se na obrazovkách udržela několik let. Úspěch měla také soutěž zabývající se historií ČR, pořad *O poklad Anežky České*. V rámci dalších zábavných žánrů spíše reprízovala divácky oblíbené pořady, jako *Televarieté* nebo *Možná přijde i kouzelník*.

⁶⁹ PŘÍLOHA A, Milan Kruml

5.3 Půchod 21. století

Začátek tohoto století přinesl také mnoho nového, co se týká právě tvorby televizní zábavy. Na tuzemský televizní trh se dostaly dva zcela nové druhy žánrů, které ovládly televizní zábavu a získaly si mnoho televizních diváků. Reality show a talentové soutěže, dva typy projektů, které znamenaly jistou revoluci v pojetí televizní zábavy. Čeští diváci mohli naplno poznat prvek interaktivity, kdy pomocí sms zpráv rozhodovali o osudu soutěžících, kterým se díky nim mohl od základů změnit život. Z obyčejných lidí se prostřednictvím těchto show stávaly známé osobnosti, které pobláznily řadu diváků.

S prvním z těchto žánrů, s talentovou show, se mohl český divák setkat díky pořadu, který uvedla TV NOVA v roce 2004, *Česko hledá superstar*. Od té doby se tento pořad dočkal několika dalších sérií a na stejném principu, tedy hledání nové pěvecké „hvězdy“, pracovaly také pořady *X Factor* či *Hlas ČeskoSlovenska*, jehož poslední řada byla odvysílána ke konci roku 2014. FTV Prima přišla s obdobnou show, která však nebyla zaměřena výhradně na zpěv, ale na celkové talentové dovednosti soutěžících, *Česko Slovensko má talent*. Tento pořad, ač se příliš nelišil od konkurenčních pěveckých soutěží, zaznamenal úspěch u diváků, a proto se dočkal několika dalších sérií. Při detailnějším sledování programu se dá říct, že českému divákovi jsou předkládány v průměru dvě až tři velké talentové soutěže ročně. To platí až do současné doby, i když sledovanost těchto formátů rapidně klesla. „*Problém je v cílové skupině, na kterou jsou tyto pořady zaměřeny. Cílí na skupinu lidí, kteří se ale na televizi nedívají. Průměrný věk diváka těchto show se snížil natolik, že poslední řady talentových soutěží již sledovali diváci, kterým bylo 12 až 14 let.*“⁷⁰ V současné době Česká televize vrací na obrazovky pořad *Zpívá celá rodina*, který vysílala již v 70. letech. Dá se říci, že byl prvním z talentových pořadů, které se v tuzemských podmínkách vysílal. Tímto pořadem se snaží lépe zaměřit cílovou skupinu právě tím, že soutěžícími jsou celé rodiny, vystupují zde talentované děti; a právě tyto prvky mají šanci oslovit dospělé publikum, které je zásadní pro měření televizní sledovanosti.

Při natáčení první řady *Česko hledá Superstar* se dá také velmi patrně demonstrovat specifický vkus a náhled na humor, jenž je typický pro českého diváka. „*Český humor*

⁷⁰ PŘÍLOHA A, rozhovor Milan Kruml

je velice specifický, příkladem je talentová soutěž *Česko hledá Superstar*. Jsme jedinou zemí, která kdy měla tzv. „hvězdnou pěchotu“. Ale tvůrci české verze vytvořili tuto anketu, v níž vyhlášovali v podstatě nejhoršího zpěváka, kterému se lidé mohli smát.⁷¹ Je pravdou, že soutěžící, kteří se do tohoto žebříčku vyhlášeného nejhoršího zpěváka republiky dostali, se rázem stali stejně známí jako samotní soutěžící, kteří se dostali do finálových kol. Tento fakt velmi dobře poukazuje na rozdíly ve vkusu, co se týče kulturních aspektů jednotlivých zemí. Je zde také patrné, že české pojetí zábavy má svá specifika, která si tvůrci zábavných pořadů uvědomují a vědí, že je nutné pochopit chování diváků a přizpůsobit jim pořad tak, aby mohl mít šanci na úspěch. Ne vždy se to podaří, ovšem tento prvek, který byl zasazen do *Česko hledá superstar*, fungoval více než efektivně – i díky němu se tento pořad dočkal takové popularity, která umožnila odstartovat trend televizních talentových soutěží jako dalšího ze žánrů televizní zábavy v ČR. Talentové soutěže v sobě obsahují též prvek reality. Zejména novější řady se kromě finálových vystoupení stále více zaměřovaly také na osobní život jejich finalistů. Diváci sledovali jejich běžný den, pocity z autogramiády; v poslední době jsou soutěžící umístěováni do speciálních domů, kde je sledují kamery. Specifickým žánrem reality TV jsou ale samotné reality shows, které na začátku 21. století značně ovlivnily tvorbu české televizní zábavy.

Prvními dvěma reality show, které se začaly vysílat současně najednou, byly v roce 2005 *Vyvolení* na TV Prima a *Big Brother* na TV NOVA. Obě komerční televize nasadily reality show ve stejný den i vysílací hodinu, avšak *Vyvolení TV Prima* oslovili televizní diváky v daleko větší míře a *Big Brother* u diváků propadl. Oba pořady pracovaly na identickém základu – do speciálně postavené vily byli nastěhováni soutěžící, které si předtím v televizním hlasování vybrali samotní diváci. Je tedy zajímavé sledovat příčinu, proč právě *Vyvolení* zaujali diváky daleko více než *Big Brother*. Jedním z faktorů byl určitě výběr moderátora. Ač TV NOVA zvolila divácky doposud velmi oblíbeného Leoše Mareše, TV Prima oslovila dřívější fenomenálně úspěšnou moderátorku pořadu *ESO*, která dlouhá léta bojovala se závislostí na heroinu. Jednalo se tedy o velký návrat dřívější televizní osobnosti a diváci byli velmi zvědaví, jak tento pokus dopadne. Moderátorka překvapila a diváci mohli znova vídat svoji oblíbenou „hvězdu“, která dokázala se soutěžícími vést rozhovory velmi lidsky.

⁷¹ PŘÍLOHA A, rozhovor Milan Kruml

Dalším faktorem byl také výběr soutěžících. Do formátu *Big Brother TV NOVA* byli vybíráni soutěžící, kteří byli primárně kontroverzní. Ať už se jednalo o to, že pracovali v pornografickém průmyslu nebo měli extrémně nízké IQ. Jednalo o typy lidí, se kterými se běžný divák nepotkává a ani potkávat nechce. Navíc se jednalo o reality show, nový typ formátu u nás. Pro diváky byl velice šokující už jen fakt, že budou pozorovat lidi zavřené ve vile se všemi jejich každodenními činnostmi. Proto daleko lépe zapůsobila show *Vyvolení*, kde soutěžící byli obyčejní lidé, se kterými se diváci dokázali lépe ztotožnit a navázat s nimi „vztah“, alespoň přes televizní obrazovku. V současné době by tomu bylo spíše naopak, protože diváci jsou zvyklí na kontroverzní témata a naopak je více přitahují ke sledování pořadů.

S tímto typem reality pořadu se v současné programové skladbě v ČR již nesetkáme. *Vyvolení* se dočkali ještě dalších pár řad, ale jak již bylo zmíněno v předchozím odstavci, výběr lidí se začínal přesouvat spíše ke kontroverzním typům a diváky tento pořad přestal zajímat. Ještě nedávno se *FTV Prima* pokoušela tento pořad oživit, dokonce do vily nechala zařadit i neznámější osobnosti z první řady, z nichž vítěz první řady, velmi výrazný a temperamentní Vlado, podruhé vyhrál v této řadě. Tímto se *FTV Prima* rozloučila s pořadem *Vyvolení* a tvrdila, že se jednalo o její poslední řadu. O zaujetí mladší cílové skupiny se *FTV Prima* pokoušela s pořadem *Hotel Paradise*, který byl založen pouze na kontroverzních tématech, neboť skupinu mladých nezadaných lidí poslala do exotického hotelu v Dominikánské republice a divák mohl sledovat každodenní opilecké párty, erotické jiskření či sexuální scény, které soutěžící předváděli. Opět se na tomto pořadu potvrdilo, že takováto kontroverze a vulgarita české diváky příliš nezajímá. Jediným úspěšným pořadem, který pracuje s prvkem reality TV a vysílá se dodnes, je pořad *Prostřeno*. Ten je založen na principu amatérských kuchařů – každý týden diváci sledují partu soutěžících, kteří se snaží uvařit pro své soupeře tu nejlepší možnou večeři. Součástí je také nahlédnutí do jejich domovů, čili divák může nahlédnout a získat tak představu o tom, jak žijí ostatní po celé České republice.

5.4 Současná televizní zábava

Z programů televizí – jak komerčních, tak také veřejnoprávní – je jasně zřetelné, které žánry v současné době naprosto ovládly vysílací prostor. Jak již zmiňoval Milan Kruml, současná televizní zábava, která je divákům poskytována, se z velké části skládá právě z televizních seriálů, ať těch s kriminální tematikou, tak také těch, které se svou podobou shodují s žánrem soap opery. Velkým trendem současně také je, že televize jsou ochotny investovat do vlastní výroby těchto pořadů a nasazovat je do hlavních vysílacích časů. V současné nabídce televizních pořadů je tedy velmi těžké si vybrat, pokud divák není vysloveně milovníkem tohoto druhu zábavy. Souběžně s tím si jednotlivé televize a jejich seriály konkurují, protože jsou nasazovány ve stejný den a čas. Tento trend zdá se být velmi nešťastnou volbou. *„Již několik let jsou čeští diváci navyklí na zábavu formou hraných pořadů čili seriálů, kterých je jim předkládáno velmi mnoho. Tento trend je však devastující, zejména pro komerční televize. Když se podíváte na zahraniční tvorbu, v současné době se snaží nahradit hranou tvorbu programy reality TV. Ale naučit diváka, na to že má 5x v týdnu seriál, jak to v současné době funguje, je neudržitelným trendem do budoucnosti.“*⁷²

V návaznosti na předešlý odstavec lze hovořit o možné krizi, kterou v současné době můžeme zaznamenat v tvorbě a vývoji televizní zábavy. Pořady, které by byly vysloveně zábavného charakteru, již běží velmi málo. Nové estrádní pořady již nevznikají, velké televizní soutěže již nedostávají tolik vysílacího prostoru a stejné to je se všemi typickými zábavnými žánry. Dalším faktorem, který poukazuje na vzhled současné televizní zábavy, je fakt, že si tuzemský televizní divák stále velmi potrpí na pořady, které jsou vázané na televizní osobnosti. Tato fascinace tzv. „celebritami“ se projevuje také v popularitě tištěných bulvárních médií; nejlepším příkladem je pak celostátní deník *Blesk*, který je dlouhodobě nejčtenějším v ČR. I přesto, že se čtenost tisku dlouhodobě snižuje, bulvární média si stále své čtenáře drží. Je to pravděpodobně také tím, že je možné nalézt jejich mutace či vybrané články na internetu, kde jsou k dostání zdarma. *„Čeští diváci chtějí vidět celebrity. Téměř všechny zábavné pořady*

⁷² PŘÍLOHA A, rozhovor Milan Kruml

*měly a stále mají prvek povídání si s celebritami, dříve např. pořad Zlatička. Pokud porovnáme starší formáty s těmi dnešními, nenajdete téměř žádnou změnu.*⁷³

Obecně se dá říci, že české televizní publikum má svá specifika. Jedním z nich je tedy to, že jsou diváci přitahováni světem osobností a rádi je sledují i jinde, než jen v jejich profesním životě. Rádi dostávají nové informace o jejich životě, např. prostřednictvím talk show, rádi je sledují v pořadech různého žánru. Kromě toho mají čeští diváci jasnou představu o tom, jak by měla televizní zábava vypadat. Kromě pobavení čím dál častěji touží po přidané hodnotě. A to ve formě informací. Velkým trendem současné zábavy jsou zábavně vzdělávací formáty, ideálním příkladem je pořad *České televize Zázraky přírody*.

Současný vývoj televizní zábavy je také silně ovlivněn rozvojem internetu. Každá televizní stanice nyní také funguje na webových stránkách. Na internetu je možné nacházet doplňující informace o fungování televize, nacházet profily jednotlivých pořadů dané stanice, získat o něm aktuální informace (např. pomocí fotografií či zajímavých článků). Televizní vysílání může divák sledovat online ze svého počítače, přehrávat si z archívů díly pořadů, které nestihl. Díky tomuto servisu, který televizní stanice svým divákům přinášejí, spousta z nich již nemá potřebu sedět u televizoru a čekat na daný pořad. *„Diváky ke sledování pořadů v době vysílání přinutíte pouze ve dvou případech. Zaprvé, když je daný pořad svým způsobem jejich rituál, bod v jejich životě. Nebo jsou to živé sportovní přenosy, u kterých chce divák být, protože ví, že při tom bude mnoho dalších lidí.*“⁷⁴

Televizím nezbyvá nic jiného, než se trendům spojeným s užíváním internetu podřídít a snažit se jeho prostřednictvím o zatraktivnění pořadů. Existují nové možnosti, jak pro diváka oživit sledování pořadů, a i české televizní stanice s nimi začínají ve velké míře pracovat. A právě jedním z prvků, který se v současné době velmi využívá a dokáže televizní pořady zatraktivnit a tím přitáhnout k obrazovkám, je zapojení živých televizních diskuzí po pořadu.

⁷³ PŘÍLOHA A, rozhovor Milan Kruml

⁷⁴ Tamtéž

5.5 Budoucnost televizní zábavy

Z předcházejících kapitol je zřejmé, že se vývoj televizní zábavy v dnešní době ocitl na krizovém bodu. Mezi vrchol tvorby televizní zábavy patří stále 90. léta a první roky 21. století. Stávající televizní zábava je zaměřena především na seriálovou tvorbu, ovšem málokterý seriál má zábavný charakter. Dá se hovořit o pár výjimkách – jmenujme např. sitcom *Comeback* – který nyní divák může sledovat formou jeho repríz. Hlavní vysílací časy naprosto ovládly seriály s romantickými zápletkami plnými dramatických zvrátů či oblíbené kriminální seriály.

„Televize budou svým způsobem donuceny, aby se o tvorbu zábavy znovu zajímaly. Už jenom proto, že náklady na hranou tvorbu, kterou v dnešní době masivně dělají, porostou. Navíc tyto koncepty se pomalu vyžívají, pokud nabízíme stejnou zábavu čtyřikrát týdně, tak to diváky jednou přestane zajímat. Jednoznačně nelze postupovat v tomto trendu i nadále.“⁷⁵

Dalším východiskem pro pozitivní budoucí vývoj televizní zábavy je internetové prostředí, které dává tomuto žánru velké možnosti. *„Internet velmi ovlivňuje televizní tvorbu. Mnoho formátů se v dnešní době přesouvá z internetu do televize, ale také naopak.“⁷⁶* Toto přináší další z pozitivních pohledů na možný rozvoj a vývoj žánrů televizní zábavy, mimo tu seriálovou.

⁷⁵ PŘÍLOHA A, rozhovor Milan Kruml

⁷⁶ Tamtéž

PRAKTICKÁ ČÁST

6 VÝZKUM

6.1 Vymezení výzkumného cíle

Cílem tohoto výzkumu je srovnat několik období, ve kterých se vyvíjel jeden z elementárních žánrů televizní zábavy, televizní estráda. Byly vybrány tři období (70. - 80. léta, přelom 21. století a 21. století). Z každého tohoto období pak byly vybrány dvě estrády, ty nejvýraznější, divácky nejúspěšnější. Se vznikem komerční sféry, pak byly vybírány s ohledem na to, aby obsahovaly jednoho zástupce veřejnoprávní i komerční televize. Díky této obsahové analýze lze definovat, jak se měnil vkus diváků televizní zábavy, a do jaké míry mělo dané období vliv na jejich sledovanost. Tento výzkum doplňuje část teoretickou, která se zabývá televizní zábavou obecně. Tato analýza jednoho vybraného žánru pak pomůže položit stanovené otázky a potvrdit hypotézy.

6.2 Otázky a hypotézy

Pro správné uchopení analýzy je nutné také definovat otázky a hypotézy. Ty byly stanoveny na základě faktorů, které mohou ovlivňovat zájem diváků televizní zábavy s tím, že autor přihlédl na časové zařazení pořadu. To je důležité, protože budeme hovořit také o pořadech vysílaných v dobách komunismu, a tím může být míra sledovanosti značně ovlivněna.

Výzkumné otázky:

1. Jaký vliv má na popularitu estrádních pořadů doba, ve které byly vysílány?
2. Do jaké míry se změnil obsah televizních estrád s příchodem komerčních televizních stanic?
3. Jak vypadá estráda v současnosti?
4. Mají televizní estrády budoucnost?

Hypotézy:

Hypotéza č. 1: Obsah televizních estrádních pořadů a jejich sledovanost je ovlivňována dobou, ve které byly vysílány.

Hypotéza č. 2: Obsah televizních estrád neprošel zásadní změnou po příchodu komerčních televizních stanic. Kopíroval obsah předchozích pořadů s pouhými drobnými dramaturgickými změnami.

Hypotéza č. 3: V současné době se televizní estrády v programové skladbě televizních stanic téměř neobjevují, až na pár ojedinělých výjimek.

Hypotéza č. 4: Televizní estrády nemají v současné době místo v programové skladbě televizních stanic. Avšak v delším časovém horizontu je možné, že se opět na obrazovky vrátí, a to z důvodu uvadání zájmu o hranou televizní tvorbu, zejména seriály.

6.3 Výzkumný vzorek

Výzkumným vzorkem obsahové analýzy jsou autorem zvolené estrádní pořady. Jedná se o dva až více estrád, které se objevovaly v jednotlivých obdobích na našich televizních obrazovkách. Jako estrádní pořady sedmdesátých a osmdesátých let byly zvoleny pořady: *Televarieté*, *Možná přijde i kouzelník*. Další kategorií jsou estrádní pořady na přelomu 21. století: *Novoty*, *Manéž Bolka Polívky*. Televizní estrády 21. století: *Vtip za stovku*, *Jsou hvězdy, které nehasnou*. Je důležité podotknout, že od kapitoly televizní estrády na přelomu 21. století byl kladen důraz na to, aby byl zvolen zástupce jak komerční televizní stanice, tak také veřejnoprávní ČT.

6.4 Výzkumná metodika

Jako výzkumná metoda byla zvolena obsahová analýza, která byla sestavena z několika parametrů. Zkoumaným vzorkem se stávají zvolené estrádní pořady. Z hlediska obsahu bude zkoumáno, co je dominantní pro daný pořad, kolik prostoru dostává v pořadu samotný moderátor, jaká je jeho pozice v pořadu (zda pouze provází pořadem nebo sám účinkuje v různých skečích), zda jsou obsažena pěvecká či umělecká vystoupení, účast osobností v pořadu, druh humoru a styl jeho podání, stopáž pořadu. Důležité je také nastínění doby, ve které se pořad vysílal, a to v souvislosti s vlivem na celkový obsah pořadu.

6.5 Obsahová analýza televizních estrádních pořadů

Televizní estráda v sedmdesátých a osmdesátých letech

Toto období, ač to sama dřívější *Československá televize* příliš nezmiňovala, velmi přálo vzniku a vývoji pořadů televizní zábavy. Zábava tvořila velmi výraznou část, ze které se skládala tehdejší programová nabídka. Pokud hovoříme o této době, je nutné si uvědomit, že do vývoje programů zasahoval tehdejší komunistický režim a že i žánry televizní zábavy se v podstatě stávaly nástrojem, který pomáhal budovat propagandu. Při tvorbě pořadů byli velmi často do televize nasazováni ti pracovníci, kteří byli oddáni straně – ta věděla, že se na ně může spolehnout a že budou pracovat na budování komunistickým ideálů. Mezi estrádní pořady, které jsou typické pro tuto dobu, patří *Televarieté* a *Možná přijde i kouzelník*.⁷⁷

Ještě před samotným rozbořením těchto estrád, je nutné si uvědomit, že tvorba televizní zábavy v sedmdesátých letech, se výrazně lišila od té v letech šedesátých. „*Zatím co například na konci šedesátých let vládla televizi zábava inteligentní, která se do určité míry dala zařadit do škatulky intelektuální, sedmdesátá léta přinesla přesun k zábavě lidové. Šimka s Grossmanem a Miroslava Horníčka vystřídaly pořady jako Deset stupňů ke zlaté, nebo Televarieté. Soutěžní otázky postupně zaplnily kategorie jako marxismus-leninismus a na proklamované důležitosti opět nabyly spíš rolník*

⁷⁷ KRUML, M. *Televize? Televize!* 1. vyd. Praha: Česká televize, 2013. s. 154.

a dělník, než pracující inteligent.“⁷⁸ Rozdíly v zábavné tvorbě, pak můžeme pozorovat také s příchodem let osmdesátých. „*Jestliže sedmdesátá léta byla v televizní zábavě, stejně jako v cele společnosti, dobou vrcholné opatrnosti, servilnosti vůči politickému režimu a zakonzervovanosti poměrů, pak léta osmdesátá znamenala postupné, i když ze začátku jen neznatelné uvolňování poměrů. Mezi řadou nezáživných zábavných pořadů, mezi kterými kralovaly různé televizní zábavy snažící se navodit dojem tu mysliveckého, tu námořnického, tu dokonce mládežnického plesu, či zábavy, se objevilo několik výjimek, které v programu doslova zazářily.*“⁷⁹ A právě těmito pořady, jsou již zmiňované *Televarieté* a *Možná přijde i kouzelník*.

Televarieté

Televizní diváci mohli tento pořad na svých obrazovkách uvidět na konci ledna roku 1971. Od tohoto roku však prošel řadou změn až do podoby, kterou znají diváci z jeho repríz v letech osmdesátých a devadesátých. Původní představou bylo, že se nebude jednat o pořad, který bude složen z různých samostatných pěveckých či komických vystoupení, ale z celých menších samostatných bloků. Představa byla taková, že umělci dostanou větší možnost divákovi ukázat, co v nich je. To v tomto případě znamenalo, že se divákům předvedou ve více číslech za jeden díl pořadu. Byla zde také snaha představit divákovi zahraniční umělce a každý blok měl uvádět jiný moderátor. Takto sepsal představu o pořadu jeho tvůrce Vladimír Dvořák. Toto pojetí se však příliš neosvědčilo a pořad dosahoval pouze průměrných výsledků. Aby kvůli nim nedošlo ke zrušení pořadu, rozhodli se jeho tvůrci přijít s novým konceptem. V roce 1977 se již skladba pořadu změnila na jednotlivé výstupy televizních osobností a moderátory pořadu se stali Jiřina Bohdalová a Vladimír Dvořák. Vše se navíc odehrávalo s živým publikem v hledišti. Tento krok se tvůrcům vyplatil natolik, že se *Televarieté* stalo

⁷⁸ BOUČEK, J. *Televizní zábava v sedmdesátých a osmdesátých letech, VUML na obrazovce*. [online]. [cit. 2015-03-11]. Dostupné z: http://www.radiotv.cz/p_tv/televizni-zabava-v-sedmdesatych-a-osmdesatych-letech-vuml-na-obrazovce/

⁷⁹ BOUČEK, J. *Televizní zábava v sedmdesátých a osmdesátých letech, VUML na obrazovce*. [online]. [cit. 2015-03-11]. Dostupné z: http://www.radiotv.cz/p_tv/televizni-zabava-v-sedmdesatych-a-osmdesatych-letech-vuml-na-obrazovce/

v dalším desetiletí jedním z nejpoblárnějších pořadů televizní zábavy, které nabízela Československá televize.⁸⁰

Dominantní je v pořadu *Televarieté* charismatická moderátorská dvojice, Jiřina Bohdalová a Vladimír Dvořák, která není pouze klasickým průvodcem pořadu, ale také zdrojem zábavy. Vladimír Dvořák byl oblíbeným konferenciérem, scénáristou, ale také příležitostným hercem. Před začátkem televizní kariéry působil jako redaktor *Mladé fronty, Československého rozhlasu*, byl divadelním šéfem, ale i sám vystupoval jako herec v souboru *Pražské estrády*. Objevil se v menších rolích také ve filmech či seriálech. Se svou kolegyní z pořadu *Televarieté* ho mohli diváci poprvé vidět již v roce 1956. Jako scénárista se podílel na mnoha zábavných pořadech ČST, nejznámější je soutěžní pořad *Zpívá celá rodina*. V sedmdesátých letech se stal dramaturgem této televize a svou prací se podílel na velmi populárních silvestrovských estrádách.⁸¹ Jiřina Bohdalová je v současné době jednou z nejznámějších hereček v České republice. I přes její vyšší věk je stále obsazovanou a uznávanou osobností na poli filmovém a televizním. Již jako dítě se objevila ve svých prvních filmech a vystupovala v divadlech. A byla to právě spolupráce s Vladimírem Dvořákem, kterou společně navázali již v šedesátých letech, která jí odstartovala televizní kariéru. Zlomový byl právě pořad *Televarieté*, kde se objevila až v roce 1975. Tento pořad dostal paní Bohdalovou velmi výrazně do podvědomí televizních diváků a další televizní i filmové nabídky na sebe nenechaly dlouho čekat.⁸²

Pokud rozebereme způsob moderace této televizní dvojice, je patrné, že je postavena na komických prvcích a neustálé provokaci jednoho druhým. Součástí pořadu jsou také jejich skečové scénky či humorné vystupování. Jejich souhra je naprosto strhující. Komunikace, která mezi nimi probíhá, je založena na principu odlišného pojetí ženského a mužského myšlení, čímž vznikají velmi komické situace, které oba moderátoři vtipně glosují. Mimoto si mohl divák tohoto pořadu poslechnout živý orchestr, mnoho pěveckých čísel, sledovat taneční či akrobatická vystoupení, a to jak tuzemských, tak zahraničních zpěváků. Pokud hovoříme o vystupujících ze zahraničí, je

⁸⁰ KRUMML, M. *Televize? Televize!* 1. vyd. Praha: Česká televize, 2013. s. 160.

⁸¹ Vladimír Dvořák. In: fdb.cz: Filmová databáze [online]. © 2003-2015 [cit. 2015-02-28]. Dostupné z: <http://www.fdb.cz/lidi-zivotopis-biografie/18791-vladimir-dvorak.html>

⁸² Jiřina Bohdalová. In: fdb.cz: Filmová databáze [online]. © 2003-2015 [cit. 2015-02-28]. Dostupné z: <http://www.fdb.cz/lidi-zivotopis-biografie/18113-jirina-bohdalova.html>

nutné si uvědomit, že se jednalo o zpěváky z těch zemí, které měly dobré vztahy s komunistickým režimem. Také se zde objevuje mnoho zahraničních hitů ze západních zemí, jejichž melodie zůstávají, avšak jsou přezpívány českými umělci. Součástí pořadu bylo také publikum přímo v sále, kde se pořad natáčel, čímž docházelo k jeho častému zapojování do děje a tím k humorným situacím. Stopáž pořadu byla mimořádně rozsáhlá, pořad měl přes 1 hodinu a 30 minut.⁸³

Možná přijde i kouzelník

Příchod tohoto estrádního pořadu znamenal konkurenci pro *Televarieté*. Tyto dva pořady společně bojovaly o přízeň televizních diváků v letech osmdesátých. Pořad *Možná přijde i kouzelník* se začal vysílat roku 1982 a přinesl divákovi nový pohled na pojetí televizní zábavy. Zábavně hudební revue však oproti pořadu *Televarieté* přináší nové prvky, a to recesi, parodii a absurditu. Hlavní moderátorskou trojicí se stávají Oldřich Kaiser, Jiří Lábus a Jiří Korn; pořadem prošla řada známých umělců. Pořad se na televizních obrazovkách objevoval až do roku 1992. Avšak úplně poslední díl se natočil jako silvestrovský speciál o mnoho let později, a to v roce 2000. Celkem tedy bylo natočeno šestnáct dílů, avšak reprízy či jednotlivé scény z tohoto pořadu jsou divákům často nabízeny i v současné době prostřednictvím různých televizních pořadů.⁸⁴

První z trojice moderátorů Oldřich Kaiser „vystudoval brněnskou konzervatoř a po absolutoriu na DAMU (jeho spolužáci byli např. O. Pavelka, J. Jurištová nebo M. Steinmasslová) nastoupil do Divadla Na Vinohradech. Své komediální druhé já, totiž Jiřího Lábuse, ale potkal v liberecké YPSILONCE a společně se pustili cestou recesistických skečů (*Ruská ruleta*), rozhlasových improvizací (*Tluchořovi a Rodinka*) a estrádních pořadů (*Možná přijde i kouzelník*).“⁸⁵ Nepůsobí pouze v divadle či televizních pořadech, ale také jako filmový herec. Již dříve zmiňovaný Jiří Lábus, druhý z moderátorské trojice, je s Oldřichem Kaiserem neodmyslitelně spojen.

⁸³ Televarieté – 26. vydání (1977). In: youtube.com: Youtube [online]. © 2015 [cit. 2015-02-28].

Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=oLVHVs1Ws9k>

⁸⁴ KRUML, M. *Televize? Televize!* 1. vyd. Praha: Česká televize, 2013. s. 163.

⁸⁵ Oldřich Kaiser. In: fdb.cz: Filmová databáze [online]. © 2003-2015 [cit. 2015-02-28]. Dostupné z: <http://www.fdb.cz/lidi-zivotopis-biografie/19763-oldrich-kaiser.html>

„Dlouholeté spojení s originálním divadlem Ypsilon, letitá spolupráce s Oldřichem Kaiserem a řada výrazných rolí pro film a televizi počínaje čarodějem Rumburakem činí z Jiřího Lábusa jednoho z nejvýznamnějších herců své generace.“⁸⁶ Mimoto je také uznávaným dabérem a svůj hlas propůjčil celé řadě filmových či televizních postav. Jiří Korn je posledním z moderátorské trojice pořadu *Možná přijde i kouzelník*. Na rozdíl od jeho moderátorských kolegů se však po skončení pořadu vyprofiloval jako zpěvák. „*Jiří Korn je populární český muzikálový a popový zpěvák, tanečník a herec. Jeho hudební kariéra začala v šedesátých letech se skupinou Rebels (velký hit Šípková Růženka) a pokračovala v sedmdesátých letech v rámci skupiny Olympic, kde se stal interpretem např. písně Únos. Po skončení angažmá v Olympicu zpěvák nastartoval sólovou kariéru. V osmdesátých letech své písně spojil i s úspěšným televizním cyklem Možná přijde i kouzelník. V devadesátých letech došlo k proměně Kornovy kariéry v taneční a kritiky i více oceňovanou hudbu. V posledních letech je členem vokálního kvarteta 4TET.*“⁸⁷

Principy pořadu jsou stále založeny na stejném základu jako u *Televarieté*, avšak s tím rozdílem, že vše je laděno do méně seriózní formy sdělení. Stále zde nalezneme komické a pěvecké či taneční vystoupení a publikum sedící v sále. Pěvecká vystoupení zpěváků jsou však často doplňována o peprné narážky na jejich osobu, které si musí vyslechnout od moderátorů pořadu; často jsou zapojovány ještě před samotným vystoupením do menších zábavných skečů. Moderátoři pořadu jsou mladí, charismatičtí umělci, kteří jsou svým projevem a způsobem vystupování často velmi ironičtí. To je pak pro celý pořad charakteristické. Doposud velmi netradiční je parodování jiných televizních pořadů, jakýchkoliv žánrů. Jsou zesměšňovány soutěže krásy, předčítání poezie a mnoho dalšího. Některé pasáže z pořadu jsou velmi populární i u současných diváků, to dokazuje značnou nadčasovost tohoto pořadu oproti *Televarieté*, jehož obsah by pro dnešního diváka tolik zábavný již nebyl. Navíc mnoho umělců z tohoto pořadu pak vystupovalo ve vlastních zábavných pořadech v devadesátých letech – typickým

⁸⁶ Jiří Lábus. In: fdb.cz: Filmová databáze [online]. © 2003-2015 [cit. 2015-02-28]. Dostupné z: <http://www.fdb.cz/lidi-zivotopis-biografie/20117-jiri-labus.html>

⁸⁷ Jiří Korn. In: fdb.cz: Filmová databáze [online]. © 2003-2015 [cit. 2015-02-28]. Dostupné z: <http://www.fdb.cz/lidi-zivotopis-biografie/19952-jiri-korn.html>

příkladem je Ivan Mládek. Stopáž pořadu již byla o celou půl hodinu kratší než u Televarieté, pořad trval kolem jedné hodiny čistého času.⁸⁸

Televizní estráda na přelomu 21. století

Devadesátá léta a první roky dvacátého prvního století znamenaly řadu změn, které se týkaly také vývoje televizní zábavy. Jednou z největších byl již zmiňovaný vznik duálního systému. S příchodem komerčních médií se začala televizní zábava vytvářet masově, protože bylo mnoho prostoru, kam je umístit a kde je vysílat. Zejména nově příchozí *TV NOVA* dala ve své programové skladbě velký prostor zábavným formátům, a to od soutěžních pořadů až po estrádní zábavu. Mezi nejvýraznější estrádní pořady v rozmezí tohoto období bezesporu patří *Novoty* a *Čundrcountryshow*.

Moderátorem a hlavní osobností pořadu *Čundrcountryshow* byl Ivan Mládek, který však nebyl pro diváky neznámý. Objevoval se již v televizních pořadech, které se vysílaly před rokem 1989, často vystupoval v pořadu *Možná přijde i kouzelník*. Jeho specificky vtipná, až sarkastická hudební vystoupení, hraní na banjo, které pro něj bylo tak typické, drsné, až sexistické vtipy, skupina záměrně stupidně vypadajících a projevujících se kolegů, kteří mu v *Čundrcountryshow* asistovali – to vše přitahovalo k televizním obrazovkám mnoho diváků. Naproti tomu *Novoty* divákům představily doposud neznámého moderátora Petra Novotného, jehož si ale diváci natolik oblíbili, že se pořad stal fenoménem televizní zábavy dané doby.

Novoty

Televizní estráda plná humorných vystoupení a scének, pestrobarevných a bláznivých kostýmů Petra Novotného, pěvecká vystoupení největších tuzemských osobností. Takto se dá v základu popsat pořad *Novoty*, který si diváci mohli poprvé naladit v roce 1998. Petr Novotný odstartoval svou mediální kariéru jako rozhlasový moderátor. „*Jeho osobitý humor dělí posluchače na ty, kteří jej milují a na ty, kteří jej nemohou vystát - třetí varianta (že by snad někoho ponechal lhostejným) prakticky neexistuje. Pověstná je jeho spolupráce s country kapelou Fešáci (tzv. Salony Fešáků), v televizi jsme se s ním*

⁸⁸ Možná přijde i kouzelník 3. (TV pořad). In: youtube.com: Youtube [online]. © 2015 [cit. 2015-02-28]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=MpVJ8f3O69o>

*mohli setkat i v pořadech Novoty (později pak Dobroty) anebo v soutěžním pořadu 5 proti 5.*⁸⁹ Právě on je jednou z nejvýraznějších osobností televizní estrády v letech devadesátých. Obecně se však dá říci, že tato léta velmi tomuto žánru televizní zábavy přála. Vše dokazuje také článek z roku 1999, v němž se píše: „*Televize Nova jako by si na sobotním rozdělení cen Anno '98 pro nejoblíbenější tváře této stanice zopakovala svého Silvestra. Ještě před začátkem přímého přenosu zněly z režie pokyny, kdy tleskat a jak vytvořit "fotbalovou náladu". Vítězům čtenářské ankety časopisu Ano předávali trofeje v podobě stylizovaného psa Nováka vesměs známí zpěváci, kteří účinkovali i v silvestrovské estrádě - a hlavně hned dvakrát stanul na pódiu její průvodce Petr Novotný. Podle hlasů diváků se totiž stal nejoblíbenějším showmanem roku 1998 a také jeho cyklus Novoty získal titul pořad roku.*⁹⁰

Pořad je vystaven na osobnosti moderátora. Petr Novotný je hlavním bodem, kolem kterého se celý pořad točí. Oproti dřívějším estrádním pořadům, které byly založeny zejména na uměle vytvořených scénkách, moderátor používá mnoho historek ze svého života. Jeho osobitým stylem vyprávění se diváci baví, aniž by muselo dojít k nahané situaci. Velmi výrazný prvek je také komunikace moderátora a hostů s publikem. To je aktivně oslovováno a často se stává součástí vtipů. Jedním dílem pořadu projde mnoho známých osobností, které předvádějí buďto hraná nebo pěvecká vystoupení. Petr Novotný si také velmi libuje v převlecích, které volí podle toho, o jakém tématu bude hovořit. Jeho devízou je také to, že nemá problém se před divákem ztrapnit, k čemuž často dochází, a to zejména kvůli tomu, jak v jistých převlecích vypadá. Sám moderátor se nebojí ani pěveckého projevu, kterým často svou show začíná. S těmito prvky *Novoty* v danou dobu vévodily na žebříčcích popularity a dodnes *TV NOVA* jednotlivé díly reprizuje na svém kanálu *Telka*. Stopáž pořadu je tentokrát 45minut.⁹¹

⁸⁹ Petr Novotný. In: fdb.cz: Filmová databáze [online]. © 2003-2015 [cit. 2015-02-28]. Dostupné z: <http://www.fdb.cz/lidi-zivotopis-biografie/20871-petr-novotny.html>

⁹⁰ SPÁČILOVÁ, M. *Diváci televize Nova milují Novoty Petra Novotného*. [online]. © 1999 - 2015 [cit. 2015-02-21]. Dostupné z: http://kultura.idnes.cz/show_aktual.aspx?r=show_aktual&c=990117_210423_filmvideo_pch

⁹¹ Novoty 01. In: youtube.com: Youtube [online]. © 2015 [cit. 2015-02-28]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=GMvBNyakjrl>

Manéž Bolka Polívky

Tato estrádní show je zástupcem daného období veřejnoprávní televize. *Manéž Bolka Polívky* se poprvé vysílala již v roce 1987 na ČST a svým zajímavým pojetím se již tehdy lišila od typických, až tuctových estrád. Společně s pořadem *Možná přijde i kouzelník* však pokračovaly i po listopadu 1989. Tento pořad stále patří k nejoblíbenějším zábavným pořadům, které v Československu vznikly; vysílá se až dodnes.⁹² Bolek Polívka je v současné době známý především jako televizní nebo filmový herec. Na kontě má mnoho nezapomenutelných rolí. „*Má vystudovanou brněnskou JAMU. V roce 1993 si v Brně založil vlastní divadlo Bolka Polívky. V roce 1997, ve filmu 'Zapomenuté světlo', získal cenu českého lva a cenu za herecký výkon na MFF Karlovy Vary. Dalšího českého lva dostal za film 'Musíme si pomáhat'. Film byl taky nominován na Oscara. V televizi uvádí vlastní pořady, např. Bolkoviny nebo Manéž Bolka Polívky či Bolek Polívka na víně.*“⁹³

Bolek Polívka vystupuje v pořadu jako hlavní moderátor a protože scénicky je jeho pořad vystaven jako cirkusové šapitó, plní funkci principála, který uvádí následující představení. Na jeho postavě je v podstatě vystavena celé show. Je jen málo vystoupení, kde on nefiguruje. Nebojí se pěveckých vystoupení, divadelních scének či komických skečů. Na začátku pořadu naladí publikum a diváky u televizních obrazovek určitým vtipným výstupem, velmi dobře komunikuje s publikem v sále. Mezi hudebními a pěveckými vystoupeními najde divák nejen zpěváky a kapely s jejich repertoárem, ale také třeba houslové či klavírní vystoupení, které Bolek Polívka nebo jeho hosté často doplňují mluveným projevem. Velmi výrazným rozdílem je i to, že se v pořadu neobjevují pouze notoricky známá jména, ale také umělci, kteří vystupují pro komornější publikum. Příkladem jsou ukázky z divadelních představení, které se v jiných estrádních pořadech neobjevují. Hosté pořadu také dostávají větší prostor, jednotlivá vystoupení jsou delší a dialogy mezi hosty a moderátorem pořadu též. Svým pojetím, ač je občas pořad také na hranici vkusu (např. pánové s ušima králíků), je stále

⁹² KRUML, M. *Televize? Televize!* 1. vyd. Praha: Česká televize, 2013. s. 163

⁹³ Boleslav Polívka. In: fdb.cz: Filmová databáze [online]. © 2003-2015 [cit. 2015-02-28]. Dostupné z: <http://www.fdb.cz/lidi/21203-boleslav-polivka.html>

jeho forma jednou z inteligentnějších, a to jedním z důvodů, proč se mohl vysílat ještě v roce 2014. Stopáž pořadu – necelých 70 minut.⁹⁴

Televizní estráda 21. století

Současná doba obecně nepřeje vývoji estrádní televizní zábavy. Programovou skladbu, jak komerčních televizních stanic, tak veřejnoprávní ČT, ovládá tvorba hraných seriálů. Je to do určité míry dané také současným vkusem většinového diváka, který je stále ještě nejvíce zaujat seriály a jejich nekonečným pokračováním. Určitou roli v tom také jistě hraje fakt, že velkou část televizních diváků tvoří ženy ve středním či starším věku a poté starší lidé. Mladší generace, díky jejich znalostem internetového prostředí, stále častěji sleduje své oblíbené televizní pořady ve video archívech, které se však nezobrazují v hodnocení sledovanosti. Je zajímavé sledovat, jak se trend i potřeby diváků v rámci zábavy mění. To, co bylo ještě před pár desítkami let populární, v dnešní době nebudí žádný zájem. K rozboru současné televizní estrády byly vybrány pořady, které jsou tím nejsoučasnejším, co se dá považovat za určitý druh estrádního pořadu, a to jak v komerční, tak veřejnoprávní sféře televizního vysílání.

TV Barrandov

V současné době je to s tvorbou estrádních pořadů na komerčních televizních stanicích velice slabé. Je to zejména tím, že sází na tvorbu seriálové zábavy, o které vědí, že je pro současného typického televizního diváka nejpoblárnější a tím pádem dosáhne nejvyšší možné sledovanosti. Proto zde není snaha tvořit žánr estrády. *FTV Prima* se v současné době pokouší o jakýsi druh estrády pořadem *Muži proti ženám*, který se však vysílá pouze jednou týdně a vzniklo pouze pár dílů. *TV NOVA* dosud těží ze svých archívů, a proto mohl vzniknout kanál *Telka*, který je nabídkou těch nejsledovanějších pořadů, zejména zábavné tvorby z devadesátých let a začátku dvacátého prvního století. Snahu o tvoření nových estrádně zábavných pořadů vykazuje *TV Barrandov*.

⁹⁴ Maněž Bolka Polívky. In: ceskatelevize.cz: Česká televize [online]. © 1996–2015 [cit. 2015-02-28]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/1093417350-manez-bolka-polivky/30829232016/video/>

Faktem je, že *TV Barrandov* sahá po dříve úspěšných moderátorech, kteří v současné době již na televizních obrazovkách nevystupují tak často, a proto se mohou i v dnešní době televizní diváci setkávat např. s Pavlem Zedníčkem, dříve velmi populárním moderátorem pořadu *Kufr*. V současné době na *TV Barrandov* uvádí estrádně soutěžní pořad *Kurňa, co to je?*, který je vystaven na dříve populárních principech. Jedním z nich jsou i známé osobnosti, které v pořadu vystupují. O principu pořadu na webových stránkách *TV Barrandov*: „*Nejzábavnější show na Barrandově! Pavel Zedníček, jeho synovec Kuba a každý týden šest soutěživých hostů z řad slavných osobností, kteří se kurňa rádi a dobře baví. Kdo z nich nejrychleji uhodne správná slova, písničku pozpátku nebo tajemný předmět?*“⁹⁵ Typickou estrádní show však prezentuje další z pořadů této televizní stanice, a to pořad *Vtip za stovku*.

Vtip za stovku

Tento pořad se začal vysílat v roce 2012. Moderátorskou dvojici tvoří známý herec a moderátor Václav Vydra a převážně seriálový herec Michal Novotný. Asistuje jim komik, který si říká „Ruda z Ostravy“, a to vtipnými hudebními nebo glosátorskými vložkami. Princip pořadu je založen na slavných osobnostech, které v pořadu čtou ty nejlepší vtipy, které posílají samotní televizní diváci. Jejich přednes je vždy doplněn o určitá gesta a grimasy, čímž se z obyčejného přečtení vtipu stává rychlé skečové vystoupení. O úspěchu a oblíbenosti pořadu hovoří generální ředitelka *TV Barrandov* Marcela Hrdá takto: „*Vtipy milujete, díky tomu Televize Barrandov vysílá Vtip za stovku nepřetržitě už dva a půl roku. Patří stabilně mezi nejsledovanější pořady vlastní tvorby Televize Barrandov. Vedoucí pozici mezi středečními pořady neztratil ani v průběhu letních měsíců, do nichž jsme zařadili jeho reprízy. Ty standardně atakují tři set tisícovou hranici divácké sledovanosti. Jsem moc ráda, že si naši diváci našli na TV Barrandov tento pořad, který jim přináší vtip a jiskru do jejich dnů.*“⁹⁶ Podle informací na webových stránkách pořadu se doposud v pořadu vystříдалo 99 hostů. Ve

⁹⁵ Kurňa co to je?. In: barrandov.tv: TV Barrandov [online]. © 2008–2013 [cit. 2015-02-28]. Dostupné z: <http://www.barrandov.tv/kurna-co-to-je>

⁹⁶ Vtip za stovku. In: barrandov.tv: TV Barrandov [online]. © 2008–2013 [cit. 2015-02-28]. Dostupné z: <http://www.barrandov.tv/vtip-za-stovku>

vysílání bylo odvyprávěno přes 2 000 vtipů a odvysíláno bylo již 5 000 minut natočeného materiálu. Pořad má stopáž kolem 45 minut.⁹⁷

Jsou hvězdy, které nehasnou

Ani veřejnoprávní ČT již na tvorbu televizních estrád neklade skoro žádný důraz. Z programové skladby je jasně patrné, že pomalu podléhá i ona fenoménu tvorby televizních seriálů. V současné době těch s kriminální tematikou. Avšak existuje jedna výjimka a tou je televizní estrádní pořad, který vznikl až do roku 2014 – *Jsou hvězdy, které nehasnou*. Pořad se sice začal vysílat již v roce 2003, avšak v prvních pár letech se dočkal pouze pár dílů. Až po delší pauze se vrátil v pravidelných vysílacích časech roku 2011 a jeho poslední řada se začala vysílat v roce 2014. Moderátorem pořadu se stal Vladimír Hron a o jeho výběru na webových stránkách České televize píše: „*Na konci roku 2000, hledal František Polák moderátora, jenž by splňoval velmi náročné umělecky všestranné požadavky, potřebné pro nový pořad. Tehdy televiznímu divákovi neznámý Vladimír Hron, který se divákům České televize poprvé představil v pořadu "Šance", dostal svoji první velkou šanci díky svým hudebním, imitátorským, tanečním - zkrátka entertainerským schopnostem, potřebných pro moderování nového hudebního pořadu. Správnou volbu pana Poláka potvrdila reakce diváků, kteří si rodáka z Mostu okamžitě oblíbili. Vladimír Hron vyniká především díky své schopnosti napodobit interpreta nejen hlasově, ale také vizuálně.*“⁹⁸

Úvodním motivem každé epizody jsou písně. Jednotlivé díly jsou vystaveny podle určitého tematického okruhu (např. slavné muzikálové melodie, největší hity 70. let, léto, slunce a exotické dálky) a podle toho se volí jednotlivá pěvecká vystoupení. Na rozdíl od výše rozebíraných estrádních pořadů, se zde nevyskytují čistě komické scénky, ale v scénky jsou přetvářeny jednotlivé písně tím, jak je moderátor nebo jeho hosté prezentují. Jedná se tedy o čistě pěveckou a informativní estrádu, která kromě humoru dává divákovi také určitou představu o vývoji hudebního světa. V jednom díle

⁹⁷ Vtip za stovku. In: barrandov.tv: TV Barrandov [online]. © 2008–2013 [cit. 2015-02-28]. Dostupné z: <http://www.barrandov.tv/vtip-za-stovku>

⁹⁸ Jsou hvězdy, které nehasnou. In: ceskatelevize.cz: Česká televize [online]. © 1996 – 2015 [cit. 2015-02-28]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/1095830727-jsou-hvezdy-ktere-nehasnou/281-vladimir-hron/>

se vystřídá více než desítka umělců, od těch velmi známých po ty méně. Zpěvákem je sám moderátor, který je součástí více než poloviny odzpívaných písní. Nepatrně se zde také objevuje komunikativní část, kdy Vladimír Hron vyzpovídá svého hosta a táže se ho na jeho vzpomínky na dané období či téma písně. Stopáž pořadu je 55 minut.⁹⁹

Na tomto pořadu se také velmi dobře ukazuje fakt, že pokud chtějí tvůrci vysílat televizní estrádu v současné době, je nutné kromě prostého humoru přinést taky něco navíc. Současný divák si, jak již bylo zmíněno, přeje také určitou dávku informace. Nechce trávit čas pouze tím, že kouká na pořad, který mu nedá nic, než funkci zábavnou. A tím se myslí určitá míra funkce informativní. Proto se také tento pořad mohl dočkat nové řady a jejího vysílání v roce 2014, protože svou formou je přijatelný i pro potřeby dnešního diváka. Je zde také vidět velmi patrný rozdíl mezi tvorbou komerční a veřejnoprávní televize. Komerční televize si může dovolit diváky pouze bavit, kdežto veřejnoprávní musí také přispívat k určité míře vkusnosti a propojení zábavy s předáváním informací. Tento fakt potvrzuje také další z pořadů ČT, *Zázraky přírody*, který zábavnou formou vysvětluje různé přírodní jevy. A tady je právě možná budoucnost televizní zábavy, která by podle ukazatelů sledovanosti mohla velmi výrazně ovlivnit budoucí programovou skladbu televizí.

6.6 Interpretace a diskuze výsledků

Po vyhodnocení obsahové analýzy je možné odpovědět na základní otázku, která definuje výzkumný cíl. Estrády vysílané v sedmdesátých a osmdesátých letech byly ovlivněny dobou, ve které byly vysílány. Komunistický režim dohlížel na programovou skladbu, vystupovat mohli pouze umělci, kteří byli schváleni vedením země. Neexistence žádného dalšího konkurenčního televizního kanálu prakticky nutila diváky ke sledování pořadů, které byly vysílány. Těmi byly i estrádní pořady *Televarieté* a *Možná přijde i kouzelník*. Paradoxně se však ukázalo, že i po pádu komunistického režimu a nástupu demokracie televizní diváci stále toužili po stejné zábavě jako doposud. Komerční televizní stanice byly prakticky založeny na zábavných žánrech a televizní estrády byly mezi nimi. Velký úspěch zaznamenal pořad *Novoty*, který

⁹⁹ Jsou hvězdy, které nehasnou. In: ceskatelevize.cz: Česká televize [online]. © 1996 – 2015 [cit. 2015-02-28]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/1095830727-jsou-hvezdy-kttere-nehasnou/204522161410005/video/>

pracuje se stále stejnými prvky jako estrády let sedmdesátých a osmdesátých. Pořad obsahuje výrazného moderátora, spousty pěveckých a uměleckých vystoupení a dalších částí, které televizní estrády obsahují.

Vývoj v zábavě a to vlivem vkusu televizních diváků, je nejvíce patrný až v současnosti. V programové skladbě dnešních televizních stanic nenajdeme estrádní pořad v jeho čisté formě. Existují spíše pořady, které jsou estrádního rázu, avšak zaměřeny pouze na jedno téma. Dalo by se říct, že se diváci dnes setkávají s tématickými estrádními pořady. Příkladem jsou dva pořady. Jedním z nich je *Vtip za stovku*, který vysílá *TV Barrandov* a *Jsou hvězdy, které nehasnou*, vysílaný veřejnoprávní ČT. Každý z těchto pořadů má v sobě kus estrády, avšak pracuje pouze s některou její složkou. *Vtip za stovku* je založen na zábavném komentování vtipů moderátorem a jeho hostů. *Jsou hvězdy, které nehasnou* naopak pokračují v trendu plném tanečních a pěveckých vystoupení uváděných moderátorem pořadu. Téměř ve všech zmiňovaných obdobích však přetrvává fakt, že moderátor je dominantou pořadu, která přitahuje diváky ke sledování pořadu. Pokud je moderátorem charismatická osoba, kterou si diváci oblíbí, spolu se správným výběrem známých osobností jako hostů, mívá pořad z pravidla vždy úspěch.

6.7 Vyhodnocení hypotéz

Vyhodnocením obsahové analýzy bylo zjištěno, že období, ve kterém se zvolené estrádní pořady vysílaly, je ovlivňovalo pouze z části. Estrády sedmdesátých a osmdesátých let byly ovlivněny ideami komunismu a kontrolou obsahu, který jim neodporoval. Po pádu komunismu je však stále trend těchto pořadů životaschopný, divácky oblíbený a stále sledovaný. V současnosti však oblíbenost těchto pořadů upadá. Trendem je sledování hrané tvorby, především televizních seriálů. Hypotéza č. 1 nebyla potvrzena ani vyvrácena.

Hypotéza č. 2 byla potvrzena. Obsah televizních estrád neprošel zásadní změnou po příchodu komerčních televizních stanic. Obsahy byly téměř identické jako ty z let sedmdesátých a osmdesátých. Skladba těchto estrád byla stále založena na osobnosti moderátora, pěveckých a uměleckých vystoupeních a zábavných skečů se známými osobnostmi.

V současné době nenajdeme v programové skladbě žádné televizní stanice estrády v jejich původní podobě. Pokud tedy nepočítáme jejich reprízování. Existují pouze pořady, které z nich vychází, a tím je např. pořad *Jsou hvězdy, které nehasnou*, který je však zaměřen na pěvecká vystoupení. Hypotéza č. 3 byla tedy z těchto důvodů potvrzena.

Potvrzena byla také hypotéza číslo 4. Televizní estrády v současné programové skladbě televizních stanic nemají své stálé místo. Současným trendem je hraná tvorba a převážně pak seriály, které jsou ve velké míře zastoupeny na všech televizních stanicích. Jejich počet je enormní. Z toho však vychází argument, který tvrdí, že jednou budou muset být opět zařazeny i jiné z žánrů televizní zábavy, mezi nimi i estrádní pořady, protože se tento trend nedá udržet. Televizní seriály jsou finančně velice náročné, mají obrovskou konkurenci a diváci jimi budou jednoho dne přesyceni.

ZÁVĚR

Televizní zábava prošla od svých začátků obrovským vývojem, který neustále pokračuje. S ním se také vyvíjí jeho recipienti, televizní diváci. Za zlomový můžeme označit právě rok 1989, který znamenal konec komunistické vlády a vznik demokratického zřízení v ČR. Tato zásadní změna se dotkla všech aspektů společenského života. Od politiky, ekonomiky, až po kulturu. Absolutní svoboda slova mohla také otevřít prostor pro nové mediální subjekty, od tištěných médií po ty auditivní a samozřejmě také audiovizuální.

Velmi výrazné proměny jsou od počátku patrné také u televizní zábavy. První roky po pádu komunistického režimu ještě neznamenal zásadní revoluci v tvorbě zábavy. Až do roku 1992 stále vysílala ČST pořady federativní. Pro mnoho pořadů byly tyto roky zlomové, protože až v momentě pádu komunistických ideologií se ukázalo, které pořady jsou schopny obstát u televizních diváků, a to díky jejich kvalitě a ne kvůli tomu, že byly povoleny režimem. Jedním z takových pořadů, jenž obstál a těšil se velké oblibě, byl například pořad *Možná přijde i kouzelník*.

Zlomovým okamžikem byl však příchod komerčních televizních stanic. Právě díky nim se televizní zábavě dostává více prostoru v programové skladbě. Ačkoli první komerční televizí byla *FTV Premiéra*, až se vznikem *TV NOVA* můžeme hovořit o plnohodnotném naplnění duálního systému v České republice. Stejně tak dochází k novému uchopení zábavné televizní tvorby. *TV NOVA* měla od samého začátku působení na českém trhu na zábavě vystavený téměř celý program. Byly to právě devadesátá léta, která přinesla změnu v tvorbě televizní zábavy, jež byla na dřívější poměry tak extrémní, že naprosto ovládla televizní publikum. I v dnešní době si jen málokdo nevybaví nejzábavnější pořady dané doby; za zmínku stojí např. estrádní show *Novoty*, *Čundrcountryshow*, *Natočto!* a jejich osobnosti.

S vývojem televizní zábavy se vyvíjí také její diváci. Pro komerční televizní stanice jsou diváci tím nejdůležitějším ukazatelem. Je samozřejmé, že i veřejnoprávní *Česká televize* měří míru sledovanosti a spokojenosti svých diváků, avšak díky koncesionářským poplatkům na nich není – v porovnání s komerční televizí – tolik závislá. Díky této závislosti dochází také k přizpůsobování tvorby televizního programu

tak, aby byl divácky co nejvíce atraktivní. Je nutné sledovat diváky a vývoj jejich preferencí. To platí i u žánrů televizní zábavy. V dnešní době je vkus televizních diváků naprosto jasný. Od televizních estrádních pořadů, které ovládaly programovou skladbu v letech devadesátých a začátkem dvacátého prvního století, se dnešní divák vyvinul na seriálového konzumenta.

Hrané televizní seriály, jak komediální, kriminální či s milostnými zápletkami, naprosto ovládají televizní vysílací prostor. Pokud dojde k detailnímu nastudování obsahu těchto seriálů, je zde patrné, že jejich zápletky jsou vlastně stejné; jediným rozdílem je herecké obsazení a televizní stanice, na které se vysílá. Tento trend se u diváků zatím stále drží. Televizním seriálům jsou poskytovány ty nejlukrativnější vysílací časy a také mají největší vysílací četnost. To příliš nenahrává typickým žánrům televizní zábavy, jako jsou velké soutěžní pořady či televizní estrády. Problém je s jejich umístěním v programu. Avšak jako všechno, i vkus televizních diváků je proměnlivý a je jisté, že pokud se budou stále vysílat obdobné typy pořadů, tak je během pár let omrzí.

Jaká je tedy budoucnost televizní zábavy? Tuzemští televizní diváci dlouhodobě preferují televizní seriály, čímž se vývoj televizní zábavy rapidně zpomalil. Nicméně z dlouhodobého hlediska budou televizní stanice nejspíše donuceny, aby opět začaly na její tvorbě pracovat. Jedním z důvodů jsou enormně vysoké náklady na tvorbu seriálů, které navíc s vývojem technologií a náročností natáčení porostou. Proti seriálové tvorbě hraje také fakt, že pokud něco nabízíte televizním divákům čtyřikrát až pětkrát do týdne, musí dojít k vyčerpání tvůrců pořadu, kteří již nyní musí předkládat jeden scénář za druhým, aby stihli tempo, kterým jsou jednotlivé díly nasazovány. A s tím samozřejmě musí dojít i ke ztrátě atraktivity pro televizního diváka. Dá se tedy říct, že se v seriálovém trendu nedá pokračovat do nekonečna. A to je velmi dobré znamení pro budoucí tvůrce televizní zábavy, kteří mají jistotu, že se bude nadále i vyvíjet a o své místo v televizní programové skladbě jen tak nepřijde.

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

Seznam použitých českých zdrojů

BEDNAŘÍK, P a kol. *Dějiny českých médií/Od počátku do současnosti*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2011. ISBN 978-80-247-3028-8

BURTON, G. a JIRÁK, J. *Úvod do studia médií*. 1. vyd. Brno: Barrister & Principal, 2008

HVÍŽĎALA, K. *Jak myslet média*. 1. vyd. Praha: Dokořán, 2005. ISBN 80-7363-047-8.
ISBN 80-85947-67-6

JIRÁK, J. a KOPPLOVÁ, B. *Média a společnost*. 2. vyd. Praha: Portál, 2003. ISBN 978-80-7367-287-4

KRUML, M. *Televize? Televize!* 1. vyd. Praha: Česká televize, 2013

MANDER, J. *Čtyři důvody pro zrušení televize*. 1. vyd. Brno: Doplněk, 2000. ISBN 80-7239-06-5

MCQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. 2. vyd. Praha: Portál, 1999. ISBN 80-7178-714-0

MUSIL, J. *Sociální a mediální komunikace*. 1. vyd. Praha: Portál, 2010. ISBN 978-80-7452-002-0

ORLEBAR, J. *Kniha o televizi*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství Akademie múzických umění, 2012. ISBN 978-80-7331-246-6

OSVALDOVÁ, B. a kol. *Zpravodajství v médiích*. 2. vyd. Praha: Karolinum, 2011. ISBN 978-80-246-1899-9

PAVLOVSKÝ, P a kol. *Základní pojmy divadla/Teatrologický slovník*. 1. vyd. Praha: Národní divadlo, 2004. ISBN 80-7258-171-6.

POSTMAN, N. *Ubavit se k smrti/Veřejná komunikace ve věku zábavy*. Praha: Mladá Fronta, 2010. ISBN 978-80-204-2206-4

REIFOVÁ, I. a kol. *Slovník mediální komunikace*. 1. vyd. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-926-7

SLUNČÍK, V. *Sitcom: Vývoj a realizace*. Praha: Akademie múzických umění, 2010. ISBN 978-80-7331-192-6

ŠTROBLOVÁ, S. *Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa/ Filmová a televizní dramaturgie a programová skladba*. 1. vyd. Praha: UJAK, 2009. ISBN 978-80-86723-73-0

Seznam použitých zahraničních zdrojů

ZILLMANN, D., VORDERER, P. *Media entertainment/ The psychology of its appeal*. 1st. ed. Lawrence Erlbaum Associates. 2000. preface 7 - 8. ISBN 0-8058-3324-2.

Seznam použitých internetových zdrojů

Boleslav Polívka. In: fdb.cz: Filmová databáze [online]. © 2003-2015 [cit. 2015-02-28].

Dostupné z: <http://www.fdb.cz/lidi/21203-boleslav-polivka.html>

BOUČEK, J. *Televizní zábava v devadesátých letech, příliš mnoho soutěží*. [online].

[cit. 2014-11-17]. Dostupné z: [http://www.radiotv.cz/p_tv/t_program/televizni-zabava-](http://www.radiotv.cz/p_tv/t_program/televizni-zabava-v-devadesatych-letech-prilis-mnoho-soutezi/)

[v-devadesatych-letech-prilis-mnoho-soutezi/](http://www.radiotv.cz/p_tv/t_program/televizni-zabava-v-devadesatych-letech-prilis-mnoho-soutezi/)

BOUČEK, J. *Televizní zábava v sedmdesátých a osmdesátých letech, VUML na*

obrazovce. [online]. [cit. 2015-03-11]. Dostupné z:

[http://www.radiotv.cz/p_tv/televizni-zabava-v-sedmdesatych-a-osmdesatych-letech-](http://www.radiotv.cz/p_tv/televizni-zabava-v-sedmdesatych-a-osmdesatych-letech-vuml-na-obrazovce/)

[vuml-na-obrazovce/](http://www.radiotv.cz/p_tv/televizni-zabava-v-sedmdesatych-a-osmdesatych-letech-vuml-na-obrazovce/)

JIRÁK, J. a KOPPLOVÁ, B. *Mediální publikum*. [online]. [par. 2014-12-02]. Dostupné

z: <http://clanky.rvp.cz/clanek/s/Z/553/MEDIALNI-PUBLIKUM.html>

Jiří Korn. In: fdb.cz: Filmová databáze [online]. © 2003-2015 [cit. 2015-02-28].

Dostupné z: <http://www.fdb.cz/lidi-zivotopis-biografie/19952-jiri-korn.html>

Jiří Lábus. In: fdb.cz: Filmová databáze [online]. © 2003-2015 [cit. 2015-02-28].

Dostupné z: <http://www.fdb.cz/lidi-zivotopis-biografie/20117-jiri-labus.html>

Jiřina Bohdalová. In: fdb.cz: Filmová databáze [online]. © 2003-2015 [cit. 2015-02-28].

Dostupné z: <http://www.fdb.cz/lidi-zivotopis-biografie/18113-jirina-bohdalova.html>

Jsou hvězdy, které nehasnou. In: ceskatelevize.cz: Česká televize [online]. © 1996 – 2015 [cit. 2015-02-28]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/1095830727-jsou-hvezdy-ktere-nehasnou/281-vladimir-hron/>

KASÍK, P. *Vliv masových médií: umí vytvořit válku, prezidenta i vlastní realitu.* [online]. © 1999 - 2015 [cit. 2014-11-27]. Dostupné z: http://technet.idnes.cz/ucinky-masovych-medii-0uv-/veda.aspx?c=A130114_162701_veda_pka

Kurňa co to je?. In: barrandov.tv: TV Barrandov [online]. © 2008–2013 [cit. 2015-02-28]. Dostupné z: <http://www.barrandov.tv/kurna-co-to-je>

MALETINSKÝ, V. *Televize a její historie.* [online]. © 2015 [cit 2014-10-08]. Dostupné z: <http://vtm.e15.cz/aktuality/televize-a-jeji-historie>

Maněž Bolka Polívky. In: ceskatelevize.cz: Česká televize [online]. © 1996–2015 [cit. 2015-02-28]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/1093417350-manez-bolka-polivky/30829232016/video/>

Možná přijde i kouzelník 3. (TV pořad). In: youtube.com: Youtube [online]. © 2015 [cit. 2015-02-28]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=MpVJ8f3O69o>

Novoty 01. In: youtube.com: Youtube [online]. © 2015 [cit. 2015-02-28]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=GMvBNyakjrI>

Oldřich Kaiser. In: fdb.cz: Filmová databáze [online]. © 2003-2015 [cit. 2015-02-28]. Dostupné z: <http://www.fdb.cz/lidi-zivotopis-biografie/19763-oldrich-kaiser.html>

SPÁČILOVÁ, M. *Diváci televize Nova milují Novoty Petra Novotného*. [online]. © 1999 - 2015 [cit. 2015-02-21]. Dostupné z:

http://kultura.idnes.cz/show_aktual.aspx?r=show_aktual&c=990117_210423_filmvideo_pch

Televarieté – 26. vydání (1977). In: youtube.com: Youtube [online]. © 2015 [cit. 2015-02-28]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=oLVHVs1Ws9k>

Vladimír Dvořák. In: fdb.cz: Filmová databáze [online]. © 2003-2015 [cit. 2015-02-28]. <http://www.fdb.cz/lidi-zivotopis-biografie/18791-vladimir-dvorak.html>

Vtip za stovku. In: barrandov.tv: TV Barrandov [online]. © 2008–2013 [cit. 2015-02-28]. Dostupné z: <http://www.barrandov.tv/vtip-za-stovku>

Zákon č. 483/1991 Sb. o České televizi. In: ceskatelevize.cz[online]. © 2005 – 2014 [cit. 2015-09-20]. Dostupné z:

<http://img.ceskatelevize.cz/boss/image/contents/zakony/pdf/zakon-o-ceske-televizi.pdf>

Jiný zdroj

Rozhovor – Milan Kruml

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha A – rozhovor Milan Kruml	I
---	----------

PŘÍLOHY

Příloha A – rozhovor Milan Kruml

Jak se u nás vyvíjela televizní zábava po roce 1989?

Je třeba si uvědomit, že až do roku 1992 pořád fungovala Československá televize a televizní zábava tedy byla v podstatě pořád společná jak pro Čechy, tak Slováky. Televize byla stále federální a první program z hlediska zábavy nabízel federální zábavu. Stále se vysílaly velké pořady, zejména velké zábavy sobotní, a nadále se vysílaly třeba také z Košic nebo Bratislavy, stále také celé obsazení těchto pořadů bylo federální; a upřímně, ono je to na těch pořadech vidět. Spousta věcí se ještě plánovala společně až do konce toho roku 1992, pak už to šlo vlastním směrem. Ty první dva tři roky po transformaci jsou zajímavé tím, že se vysílaly věci, které měly nějakou kontinuitu. V momentě, kdy padly všechny ideologické bariéry, se teprve ukázalo, do jaké míry jsou schopné přežít nebo ne. Všechny tyto pořady mají kořeny už v 70. a 80. letech. Nicméně ty první tři roky byly roky hledání. Během těchto let vznikly i věci, které potom televize už nikdy nedělala. Abych uvedl příklad, najednou se dělaly věci, které byly dosti výjimečné, např. to, na čem pracoval tým z divadla Sklep, třeba pořad Penzionek.

Nemáte pocit, že se trend spolupráce na pořadech se Slovenskem pomalu vrací?

Pokud ano, proč tomu tak je?

Oba tyto trhy jsou velmi malé. Lidí, kteří dokážou dělat zábavu, je v dnešní době velmi málo. Je to vidět všude, moderátor Zázraků přírody Maroš Kramár je Slovák, o TV Prima a jejích pokusech spolupracovat s TV JOJ nemluvě. TV NOVA dělá totéž. Velké talentové soutěže by byly o mnoho dražší, kdyby se nedělaly pro dvě televize najednou. Ten tlak je pochopitelný. Pořád ta spolupráce přetrvává, není to už tak silné a důvod je především v tom, že my dneska již neznáme novou generaci slovenských komiků a

autorů. Český divák zná maximálně Daniela Dangla, který přinesl na TV Prima Partičku, ale další slovenské tvůrce televizní zábavy již ne.

Je problém v ČR s tvorbou televizní zábavy?

Dnešní tuzemské televize moc ani zábavu vytvářet nechtějí. Například Slováci jsou v tomto směru mnohem flexibilnější a té zábavy vždy měli mnohem více. I ten typ zábavy, které se u nás moc nedařilo nebo se do ní nikdo nechtěl pouštět. Příkladem legendárního zábavného pořadu byla u nás skečová show Česká soda. I v současné době se o ní stále hovoří, ačkoliv z vlastní zkušenosti vím, že tehdejší tvůrci pořadu byli rádi, když měli dvě nebo tři dobré scénky v jednom díle. Ale pravdou je, že od té doby nevzniklo nic podobného. Na Slovensku to tak není, tam vznikají nové a nové skečové show (SOS, Uragán). Vysvětlení, proč ta slovenská zábava žije mnohem lépe a jinak než ta česká, je i v tom, že Slovensko si prožilo období, ve kterém se dařilo satíře, protože měla na co mířit. To bylo období vlády Vladimíra Mečiara a tam to byla z hlediska společenského tak velká výzva, že to ti komici chtěli dělat. V České republice by se takoví komici také našli, ale nikdo jim bohužel nedá tu příležitost. Tím pádem jsou ti lidé nuceni dělat to, čím se užíví, např. hraním v seriálech. Problém v ČR je také to, že pod pojmem zábavný pořad se většinou myslí sobotní show, přičemž s tou dennodenní zábavou je obrovský problém a je vidět, jak komplikovaně se zábavné televizní formáty dostávají do obecného povědomí. Bylo by potřeba nebát se zkoušet stále nové formáty. Bohužel v tomto ohledu náš trh není srovnatelný s okolními zeměmi.

Když se podíváme zpět do doby po roce 1989, kdy v tomto období přišla nejlepší éra televizní zábavy?

Televizní zábavě se po pádu režimu nejvíce dařilo na konci let devadesátých. TV NOVA totiž měla v tuto dobu na zábavě postavený celý koncept. Čundrcountry show, Novoty, Politické harašení a další. Neustále byla divákům předkládána zábava. Vysílaly se velké soutěžní pořady v hlavním vysílacím čase, zkrátka a dobře celý program byl postavený na zábavě. Vedle toho se i ČT pokoušela nabízet podobné formáty, ale

vytvářela si jisté ostrůvky, kde zkoušela různé projekty. Jedním z nich byla Horečka páteční noci, kde se zkoušely alternativní sitcomy, vyťahovaly se záznamy z archívu a dělaly se nové věci. Vznikla zde spousta pořadů, které skončily v archívu, což je škoda, protože tu kvalitu měly již tenkrát. Pokud ale budeme hovořit o té opravdové zlaté éře televizní zábavy, ta tu byla v Československu v letech šedesátých. Nikdy potom už zábava nebyla taková jako tenkrát. A to není nostalgie, to je v podstatě fakt. Naše pořady tehdy vyhrávaly stabilně všechny festivaly po světě. Na festivalu Zlatá růže jsme od roku 1960 až do roku 1970 každý rok dostali cenu. To už se poté nikdy neopakovalo. Co se týká kvality, komerční televize nikdy nemohly svými pořady konkurovat těmto československým pořadům, nicméně co se týká získání si televizních diváků, tuto úlohu v devadesátých letech splnily naprosto skvostně.

Co všechno podle vás patří do pojmu televizní zábava?

Teoreticky je to dosti složité, protože se na tom odborníci nemohou úplně shodnout. Vedle toho se tam někdy řadí game show, od těch akčních až po ty vědomostní, a pak formáty, které můžeme řadit do hrané tvorby. Vedle toho se tam někdy řadí game show, od těch akčních až po ty vědomostní, a pak formáty, které můžeme řadit do hrané tvorby.

Pracoval jste jako mediální analytik jak pro TV NOVA, tak nyní pro ČT. Můžete srovnat tvorbu televizní zábavy na komerční a veřejnoprávní TV?

Komerční TV u nás jsou svou filozofií blízké spíše americkým sítím než těm evropským komerčním TV. To znamená, že daleko více sází na to, že je nutné vytvořit něco, co bude úspěšné a zároveň toho potřebujete velmi mnoho. Jakmile to dosáhne úspěchu, tak je potřeba tento pořad donekonečna vysílat. Programoví ředitelé komerčních TV jsou většinou konzervativní a představují protipól proti tvůrcům či autorům. Je to tak, že oni mají zodpovědnost, protože komerční televize potřebují pořady, které vydělávají. To znamená to, že jednou je vytvořen model k sitcomu, jako je Comeback například, a pak jsou vyžadovány další a další díly. Komerční TV u nás jsou svou filozofií blízké spíše americkým sítím než těm evropským. To znamená, že daleko

více sází na to, že je nutné vytvořit něco, co bude úspěšné a zároveň toho potřebujete velmi mnoho. Jakmile daný dosáhne úspěchu, tak je potřeba ho donekonečna vysílat. Ideální tedy je dlouho běžící projekt. Dokud funguje, bude se vysílat. Veřejnoprávní TV jsou v tvorbě zábavy flexibilnější, nezaměřují se pouze na jeden úspěšný projekt. Pracují spíše s modelem britským, to znamená, že si vytvoří okno, kam se divák naučí vracet, protože tam dostane určitý typ pořadu. Nevytvoří se sitcom, který má dvacet čtyři dílů, ale takový, který jich má šest, zato se bude vysílat tři série za sebou. A tvůrci takového pořadu, pokud je úspěšný, mají rok na to, aby vytvořili další řadu. Dříve to však nebyl úplný zvyk ani v ČT, ale pomalu se to prosazuje. Veřejnoprávní TV v sobě musí mít určitou míru rizika. Měla by chtít investovat i do vývoje věcí, u kterých si není jistá, že budou vhodné pro vysílání.

Vidíte rivalitu mezi komerčními TV a veřejnoprávní ČT?

Problém je, že si tyto televize pořád nenavykly, že v momentě, když se tu vytvořil duální systém vysílání, nevznikl zároveň ale žádný jiný trh, na který by mohly cílit. Máme tu pořád jeden trh a ten má vlastní zájmy, které jsou společné. Televize se mohou hádat, jak chtějí, ale stále mají společný zájem. Jedním z nich je, aby se lidé dívali na TV. Dalším zájmem je, aby se vytvářelo prostředí, ve kterém se lidé budou učit psát, hrát, režirovat a vytvářet pořady pro TV. Jinak ta branže dopadne špatně. Troufám se však domnívat, že se situace již uklidnila, protože se nakonec ukázalo, že ta rivalita mezi stanicemi je velmi kontraproduktivní. Avšak tu a tam se samozřejmě jisté náznaky stále objevují.

Proč byly dřívější zábavné show typu Novoty, Čundrcountry show tak populární?

Dnešního diváka by to už asi příliš nepřitahovalo, že ano?

Jedná se o dva faktory, které byly podstatné. Zaprvé lidé zábavu chtějí. A zvláště ve všední den, když dorazí domu z práce. Potřebují jistý únik od reality. A tyto pořady, ať už jejich kvalita byla jakákoli, jim ho nabízely, protože přinášely určitý druh zábavy, která do té doby v televizi nebyla. Ivan Mládek ve své show vyprávěl naprosto politicky nekorektní vtipy, pořad je sexistický, ale tehdejší divák si tento pořad, zejména

kvůli jeho absurditě oblíbil. Petr Novotný zase pracoval s momentem překvapení. Ať už kostýmem nebo tím, že na konci pořadu přijede Karel Gott na živém koni. Tím se ale vracíme do začátků televize, kdy model při tvorbě prvních pořadů, těch, kvůli kterým si lidé kupovali televizory, byl právě efekt vizualizace a neustálého překvapování diváků

Co je podle vás typické pro českou televizní zábavu?

Čeští diváci chtějí vidět celebrity. Téměř všechny zábavné pořady měly a stále mají prvek povídání si s celebritami, dříve např. pořad Zlatíčka. Pokud porovnáme starší formáty s těmi dnešními, nenajdete téměř žádnou změnu. Já sám nyní pracuji na dvou zábavných pořadech a zadání je takové, že tam mají přijít „celebrity“ a povídat si. Český humor je velice specifický, příkladem je talentová soutěž Česko hledá Superstar. Jsme jedinou zemí, která kdy měla tzv. „hvězdnou pěchotu“. Ale tvůrci české verze vytvořili tuto anketu, v níž vyhlášovali v podstatě nejhoršího zpěváka, kterému se lidé mohli smát. Když hovoříme o talentových soutěžích, v současné době zájem o ně ze strany diváků klesl, i když pořad tu přetrvává zájem ze strany komerčních televizí vyrábět další řady. Problém je v cílové skupině, na kterou jsou tyto pořady zaměřeny. Cílí na skupinu lidí, kteří se ale na televizi nedívají. Průměrný věk diváka těchto show se snížil natolik, že poslední řady talentových soutěží již sledovali diváci, kterým bylo 12 až 14 let.

A co kdysi velmi oblíbené zábavné show útočící na politickou situaci v ČR?

Na konci 90. let to bylo stále tak, že diváci, ačkoliv tomu bylo již deset let po revoluci, pořad oceňovali, že televizní vysílání dokáže a může reagovat na to, co se děje; na to, že si může dělat legraci z politiky. A o tom právě je obrovský úspěch pořadu S politiky netančím, posléze Politické harašení. Já sám jsem byl mnohokrát svědkem toho, jak diváci tvrdili, jak je to ostré, a dokonce ti starší z nich byli přesvědčeni, že tento pořad jednou musí zakázat. To, že televize i ostatní média dříve nabízela jen to, co se mohlo, to se v divácích zakořenilo a trvalo to, dalo by se říct, prvních deset let, než je to přešlo. Dnes mají jinou obavu, a to že dojde k cenzuře. Nicméně to je asi ten důvod, proč se to tehdy těšilo tak obrovské popularitě

Co vlastně zajímá dnešního diváka televizní zábavy?

Již několik let tady do jisté míry funguje německý přístup. Ten vyplývá z toho, že němečtí diváci nechtějí jenom zábavu, oni chtějí něco, co má přidanou hodnotu. Třeba to, aby v pořadu našli také určitou míru informací. Zejména u střední generace to funguje tak, že si rádi po zhlédnutí dvouhodinové pořadu řeknou, že nezabili čas úplně, ale také se něco dozvěděli. Proto na ČT funguje licencovaný pořad Zázraky přírody, který má velmi početnou základnu diváků. To je přesně ten model, který je v současné televizní zábavě funkční.

Jaký trend panuje při vývoji dnešní TV zábavy?

Na podzim se ukázal jeden zajímavý trend. A to je propojení televizních stanic s typickými prvky, které nabízí internetové prostředí. Televize mají totiž v dnešní době obrovský problém přesvědčit diváka, aby se díval na pořad přesně v době, kdy je vysíláný. Je to vidět na Iplayerech, kde si lidé pořady přehrávají až tehdy, když mají čas. Diváky ke sledování pořadů v době vysílání přinutíte pouze ve dvou případech. Zaprvé, když je daný pořad svým způsobem jejich rituál, bod v jejich životě. Nebo jsou to živé sportovní přenosy, u kterých chce divák být, protože ví, že při tom bude mnoho dalších lidí. U mladších diváků to funguje ještě jinak. V zahraničí mají dobrou zkušenost s diskuzemi probíhajícími přímo pod pořadem, kde lidé pomocí různých sociálních sítí, např. Twitteru, komentují probíhající děj a vývoj událostí. Výborně to funguje např. v Německu při seriálu Místo činu, který sleduje přes osm milionů diváků a je velmi zábavné číst dohady nad tím, kdo bude asi vrah, atd. Onlinové diskuze jsou velmi dobrým doplněním zábavných pořadů, které velmi dobře funguje. Ale to se týká opravdu specifické cílové skupiny 18 +, která však stále roste.

Jak se koukáte na televizní zábavu formou hraných televizních pořadů, zejména seriálů?

Již několik let jsou čeští diváci navyklí na zábavu formou hraných pořadů čili seriálů, kterých je jim předkládáno velmi mnoho. Tento trend je však devastující, zejména pro

komerční televize. Když se podíváte na zahraniční tvorbu, v současné době se snaží nahradit hranou tvorbu programy reality TV. Ale naučit diváka, na to že má 5x v týdnu seriál, jak to v současné době funguje, je neudržitelným trendem do budoucnosti. V zásadě to ale nevytváří žádný prostor pro zábavu. Kam dáte prime-time soutěž, kam zábavný pořad, pokud by ho vůbec někdo chtěl dělat, kam dáte estrádu? Jsou ostrůvky, jako je Partička na Primě, nicméně tu již také zrušili, někde je to talk show, zejména již zmiňovaný Jan Kraus a Karel Šíp a jejich pořady.

Zmínil jste pány Krause a Šípa, v čem si myslíte, že tkví úspěch jejich pořadů?

Zásadní princip, se kterým Karel Šíp pracuje a je díky němu takto úspěšný, je fakt, že je v podstatě velmi vtipný a pohotový člověk, který se to naučil za tu dlouhou dobu, kdy působí v televizi. Není to pouze o tom pozvat si hosty a být vtipný, tak to nefunguje. I ty jeho otázky, které klade, tak jsou sice někdy strašně komické, ale vždy mívají určitou tématu. Janu Krausovi se za ta léta, co talk show zkouší, podařilo uchopit správně americký model a aplikovat ho na českou scénu s tím, že tady může vysílat pouze jednou týdně, kdežto v USA dostávají talkshow podobného typu daleko větší prostor v televizním vysílání. Začátky s tímto druhem pořadu pro něj však také nebyly lehké, sám měl dva až tři obdobné pořady, než se dočkal úspěchu s pořadem Uvolněte se, prosím!

Jak se koukáte na reality show? Proč si myslíte, že diváky tolik zajímá tento druh zábavy?

Pokud hovoříme o reality show, tak v tomto případě jsou čeští diváci stejní jako ti zahraniční. Když se podíváme na to, čím se generuje tento zájem, proč se na to diváci dívají, tak je v zásadě dost smutné, protože např. jeden z hlavních taháků pořadu Prostřeno spočívá v tom, že slídíte v cizích bytech a máte tak trochu radost, že u vás v kuchyni to vypadá lépe, že jste šikovnější. Tyto věci sice takto fungují, ale česká specialita je v tom, že nemají v sobě tak silný ten prvek, jako je tomu v Británii nebo Německu, kde sdělení, které je současně předávané divákovi, zní tak, že každý je schopen překonat sám sebe nebo nakonec z toho vyjít jako vítěz. To znamená, ti diváci

tam nakonec drží nejdéle toho, který svým způsobem a přes všechny překážky dokáže vyhrát celou soutěž. To v prostředí ČR úplně nefunguje. Když se podíváme na tvorbu reality show v ČR, tak tady je vždy hlavním motivem vymyslet nějakou kontroverzi, potrestat někoho určitým úkolem. Do určité míry za to mohou i samotné televize. TV NOVA udělala jednu z fatálních chyb, dodnes nechápu, jak se to mohlo stát. V době, kdy se jednalo o nákup licence k Vyvoleným, tehdejší ředitelka Šmuclerová tak dlouho váhala, až promarnila správný okamžik a Vyvolené si koupila TV Prima. Na NOVĚ pak vznikla panika, a proto rychle zahájila jednání o koupi formátu Big Brother. Jenže koupila licenci až na třetí koncept tohoto pořadu, nikoli na ten první, který byl vlastně o tom, že relativně normální lidé žijí v této neobvyklé situaci a divák se s nimi dokáže ztotožnit. Třetí varianta již byla o velmi excentrických osobnostech, které nepoznáte a vlastně ani znát nechcete. Ta atraktivita toho pořadu tady vzniká v té kontroverzi. Najednou se díváte na svět, který neznáte; ani si nejste jistí, jestli ho znát chcete. Tomu se tedy musel podřídit i casting. A najednou máte v pořadu tři lidi, kteří mají něco společného s pornografickým průmyslem, člověka, jehož IQ je pod sto, který to pak navíc vyhraje. A tak si říkáte, to není úplně v pořádku. Kdežto u Vyvolených přes to všechno, ti účinkující byli víceméně normální, i když tedy ano, měli své slabiny, ale charakterově byli divákům něčím blízcí, protože takoví lidé jsou. Člověk, který dělá pornografii všeho druhu, vypadá divně a také tak mluví, diváky zajímat nebude. Naproti tomu člověk, který je homosexuál, přiznává se k tomu, ale jinak emocemi je naprosto normální, vás již zajímat bude. Nicméně televize se z toho nepoučily, protože další Vyvolení již fungovali na excentrických lidech. To dokazuje to, že český divák je poměrně velmi konzervativní, i ta mladší generace.

Od roku 89 po současnost, zásadní vývojové vlny v tomto období?

V devadesátých letech byla zábava opravdu velmi silně vázaná na osobnosti, bez nich to v podstatě nešlo. To znamená Ivan Mládek, Petr Novotný, Miloslav Šimek a Zuzana Bubílková, Jiřina Bohdalová a Vladimír Dvořák, Bolek Polívka atd. Tato éra již minula, v podstatě došlo ke změně, která se odehrála téměř všude, u nás měla trochu jinou podobu, přišla později, ale měla dva základní momenty. První moment byl tehdy, když televize ty koncepty, které měly, vytěžily téměř do dna. Tvůrci začali být unavení a

v podstatě nepřicházela nová generace. Druhý moment byl ten, že se ukázalo, že to, co teď bude diváky lákat, bude původní hraná tvorba. Protože té zahraniční bylo málo, byla krize a v podstatě žádné zahraniční seriály nevznikaly, najednou tady byl potenciál na televizní seriály, které nemusely být tak nákladné. To, že nevznikla nová generace lidí, kteří dělali zábavu, je smutné, ale v zásadě tady ani nebyla snaha nějaké nové hledat. Televariety skončilo úmrtím Dvořáka, S politiky netančím s úmrtím Šimka, Mládek a Novotný skončili tím, že udělali nové pořady, které ale propadly. Zůstali Genzer se Suchánkem a ti se tím ještě pořád jsou schopní žít. Těch, které to uživí, je ale opravdu velmi málo. Ve chvíli, kdy přestaly tyto věci fungovat, tak se vlastně dala nálepka všem zábavným pořadům tohoto typu, jako že je to něco, co už ne. Ale popravdě řečeno, nikdo nepřišel s nějakou náhradou. Takže nyní to téměř vše stojí na hranách televizních seriálech, zejména hovoříme-li o tvorbě televizní zábavy produkované komerčními televizemi.

Takže podle vás televizní zábava skomírá?

Televize budou svým způsobem donuceny, aby se o tvorbu zábavy znovu zajímaly. Už jenom proto, že náklady na hranou tvorbu, kterou v dnešní době masivně dělají, porostou. Navíc tyto koncepty se pomalu vyžívají, pokud nabízíme stejnou zábavu čtyřikrát týdně, tak to diváky jednou přestane zajímat. Jednoznačně nelze postupovat v tomto trendu i nadále. Já jsem v tomto směru optimista, protože musím říct, že jsem třeba byl velmi mile překvapen českou verzí seriálu Kancl, protože se povedla. Ale přesto má málo diváků. I další programy, které máme v ČT ve vývoji, mají v sobě určitý jiný a nový druh zábavy a jsou výborné. Pečený sněhulák i přes velké kritiky svým způsobem měl skvělou sledovanost. Takže bych to s vývojem televizní zábavy tak bledě neviděl.

Co trend propojování televizního vysílání s internetem?

Každé nově vzniklé médium bude svým příchodem ovlivňovat média stávající. Dříve se velmi ovlivňovaly rádio a televize, a to i z hlediska tvorby zábavy. Byly zde koncepty, které se použily v rádiu a posléze se použily v televizi. Tomu již tak není, protože dneska i rádio ustoupilo z tvorby zábavy, hovoříme převážně o rádiu veřejnoprávním, které ji dříve nabízelo. Na druhou stranu, rádio je velmi dobrý příklad toho, že jestliže vznikne něco, co je fenomén a lidi to baví, tak to najednou přesáhne do ostatních médií. Takže se i televizím vyplatí tyto trendy sledovat, protože pořád platí, že všechny koncepty jsou do jisté míry přenosné, za určitých úprav, ale jsou. Internet velmi ovlivňuje televizní tvorbu. Spousty věcí se v dnešní době přesouvá z internetu do televize, ale také naopak. A tam já vidím budoucnost české zábavy, protože internet je v podstatě jediný prostor, kde to můžete zkoušet bez rizika, že by vás to stálo moc peněz nebo že vás někdo označí, že tohle není možné vysílat. Toto tedy nabízí jistý optimismus pro vývoj zábavy.

BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE

Jméno autora: Klaudie Gergelyová

Obor: Sociální a mediální komunikace

Forma studia: Prezenční studium

Název práce: Vývoj a proměny televizní zábavy pro dospělé v ČR po roce 1989

Rok: 2015

Počet stran textu bez příloh: 85

Celkový počet stran příloh: 10

Počet titulů českých použitých zdrojů: 15

Počet titulů zahraničních použitých zdrojů: 1

Počet internetových zdrojů: 20

Počet ostatních zdrojů: 1

Vedoucí práce: Mgr. Libor Svoboda, Ph.D.