

Filozofická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci

Katedra žurnalistiky

**REALITY SHOW JAKO NOVÝ TREND
TELEVIZNÍ ZÁBAVY**

Bakalářská práce

Pavčina ZAGOLOVÁ

Vedoucí práce: Mgr. Zdeněk SLOBODA

Olomouc 2014

Čestné prohlášení:

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracovala samostatně a literatura a další zdroje, které jsem k tomu použila, jsou uvedené v seznamu použité literatury. Text práce má celkem 94 686 znaků (včetně mezer).

V Olomouci dne 1. prosince 2014

.....

Pavčina Zagolová

Poděkování:

Ráda bych tímto poděkovala vedoucímu práce Mgr. Zdeňku Slobodovi za jeho cenné rady a připomínky při tvorbě této práce.

Abstrakt

Cílem této práce bude přiblížit a popsat reality show, jakožto poměrně mladý faktuelní televizní žánr, který byl v posledních dvou desetiletích na vzestupu a zásadně se podílel na formování současné podoby televizní zábavy. Prvotním cílem bude snaha jasně definovat pojem reality show a reality TV v kontextu televize a ve vztahu k jiným faktuelním televizním žánrům a vymežit jeho hlavní charakteristiky a distinktivní rysy. Pozornost bude věnována okolnostem vzniku reality TV a vlivům, které umožnily celosvětovou expanzi tohoto žánru v souvislosti s trendy globalizace a lokalizace. Dalším cílem bude snaha popsat průnik tohoto žánru do českých médií.

Klíčová slova:

televize, faktuelní televizní žánry, reality show, reality TV, televizní zábava

Abstract

The aim of this bachelor thesis is to describe reality show as a relatively new genre of factual television which has been on the rise during the last two decades and was one of the key elements contributing to the current state of television entertainment. The first aim of this work is to define the terms reality show and reality TV in relation to television and other factual television genres and to specify its main characteristics and distinctive features. We will focus on the circumstances of the birth of this genre and on the factors which influenced it and facilitated worldwide expansion of this genre in relation to the trends of globalization and localization. Another aim of this thesis is to explore and describe penetration of this genre into Czech media.

Key words:

television, factual television entertainment, reality show, reality TV, television entertainment

Obsah

1	ÚVOD.....	1
2	PROBLEMATIKA TELEVIZNÍCH ŽÁNŘŮ.....	3
2.1	Televizní žánr	3
2.2	Televizní formát.....	3
2.3	Fikční vs. faktuální televize.....	4
2.4	Reality TV v kontextu televizních žánrů.....	4
2.4.1	Reality show vs. reality TV	4
2.4.2	Žánrová příslušnost a základní charakteristiky.....	5
3	HISTORIE REALITY TV VE SVĚTĚ	7
3.1	Prvopočátky, předpoklady vzniku	7
3.2	Skrytý mikrofon a skrytá kamera	8
3.3	První reality show	9
3.4	První vlna (přelom 80-90 let)	10
3.4.1	Trauma TV - infotainment.....	10
3.5	Druhá vlna (2. pol. 90. let).....	12
3.5.1	Docusoaps.....	13
3.5.2	Lifestyle a makeover.....	14
3.6	Třetí vlna (po roce 2000)	16
3.6.1	Gameshow a izolační/kontejnerové show.....	17
3.6.2	Hledání talentů.....	20
3.6.3	Hledání práce	22
3.6.4	Hledání partnera.....	22
3.7	Současnost (po roce 2005).....	23
3.7.1	Životní experimenty.....	23
3.7.2	Celebrity show	25
3.8	Budoucnost reality TV.....	25
4	VYBRANÉ ASPEKTY REALITY TV	27
4.1	Popularita televizních formátů.....	27
4.1.1	Ochranné kvóty.....	27
4.1.2	Programová strategie	27
4.2	Popularita reality TV	28
4.2.1	Voyeurismus	28
4.2.2	Zábava, relaxace a sociální interakce.....	29

4.2.3	Sláva, status celebrity a peníze	30
4.3	Globalizace a homogenizace	30
4.4	Interaktivita a konvergence médií	31
4.5	Zobrazování reality	32
4.6	Dramatizace a narativizace	33
4.7	Kritika a problematické aspekty	34
4.7.1	Sociální a morální aspekty	34
4.7.2	Bezpečnost účastníků reality show	35
5	REALITY SHOW V ČR	37
5.1	Prvopočátky a předchůdci RTV.....	37
5.1.1	Skrytá kamera	37
5.1.2	Předchůdci talentových soutěží	37
5.1.3	Interaktivní filmy a seriály.....	38
5.1.4	Předchůdci sociálních experimentů	39
5.1.5	Filmové a časosběrné dokumenty	41
5.2	Novodobé reality show (po roce 2000)	42
5.2.1	Gameshow	42
5.2.2	Talentové soutěže	42
5.2.3	Kontejnerové reality show	43
5.2.4	Trauma TV.....	44
5.2.5	Lifestyle a makeover.....	44
5.2.6	Životní experimenty.....	44
5.2.7	Hledání partnera.....	45
5.2.8	Celebrity Show	45
5.2.9	Hledání práce	46
5.2.10	Docusoup	46
6	ZÁVĚR.....	47
	Seznam použité literatury	48

1 ÚVOD

Podle jednoho z nevýznamnějších teoretiků Torontské školy, Marshala McLuhana, žijeme v Marconiho¹ galaxii, etapě elektronických médií započaté vynálezem telegrafu. Přestože McLuhanovi následovníci tuto periodizaci již doplňují o éru digitálních médií a počítačových sítí příhodně nazvanou Gatesovou galaxií, historicky starší média jako televize a rozhlas s nástupem nových technologií nemizí. Spíše lze říci, že se adaptují, modernizují a jedno druhému se přibližují.² A právě televizi, jakožto jednomu z dominantních médií druhé poloviny dvacátého století – počátku věku televize³ – se bude tato práce věnovat.

„Reality TV je ve svých mnoha podobách pravděpodobně jedním z nejrozšířenějších a nejrentabilnějších programů reagujících na nové mediální prostředí, které se v posledních dvou dekádách tvoří,“ píše v závěru své práce o budoucnosti televize Thompson.⁴ A právě reality TV (u nás známé jako reality show) se bude tato práce věnovat. Cílem práce bude přiblížit a popsat reality TV coby poměrně mladý faktuaální televizní žánr, jež byl v posledních dvou desetiletích na vzestupu a zásadně se podílel na formování současné podoby televizní zábavy. Rozličné reality show nám totiž, jakožto fenomén posledního přinejmenším čtvrt století, nabízejí zcela nový pohled na mediální trh. Fragmentace publika, tematické a obsahové přesahy, konvergence médií, role nových technologií ve společnosti a krize žurnalistiky – to vše je možné vidět v novém světle právě prizmatem reality TV.⁵

Prvotním cílem práce bude snaha jasně definovat pojem reality show a reality TV v kontextu televize a ve vztahu k jiným faktuaálním televizním žánrům a vymezit jeho hlavní charakteristiky a distinktivní rysy, což umožní s těmito pojmy dále pracovat. Hlavním cílem pak bude snaha popsat vznik tohoto žánru, jeho vývojové tendence, hlavní proudy a jednotlivé subžánry. Pozornost bude také věnována okolnostem jeho vzniku a vybraným aspektům, které z něj činí tak úspěšný druh televizní zábavy a které umožnily celosvětovou expanzi tohoto žánru. Tohoto cíle bude dosaženo pomocí rešerše odborné literatury na toto téma a následné kompilace získaných poznatků v ucelený teoretický úsek. Tento historický exkurz si neklade za cíl sestavit úplný a vyčerpávající přehled vysílaných pořadů, ale bude si všímat především

¹ Guglielmo Marconi byl italský vynálezce a autor prvního bezdrátového telegrafu.

² Toto sblížení nazýváme konvergencí médií.

³ Věkem televize nazývá druhou polovinu 20. století americký mediální teoretik Neil Postman (1931 - 2003), viz POSTMAN, N., *Ubavit se k smrti*, s. 24.

⁴ THOMPSON, R., *Reality and the future of television*, s. 25. (vlastní překlad)

⁵ THOMPSON, R., *Reality and the future of television*, s. 20-21.

těch, které jsou v odborné literatuře považovány pro historii tohoto žánru za stěžejní a jež přispějí k osvětlení vzniku a vývoje tohoto dynamického a velmi proměnlivého odvětví.

Cílem druhé části této práce orientované na tuzemskou reality TV bude zmapovat průnik tohoto žánru do českých médií. Tato praktická část se bude snažit o kategorizaci českých reality show v historickém kontextu, což nám umožní porovnat vývoj tohoto žánru v České republice a ve světě. Tento historický přehled bude rozdělen na dvě podkapitoly, z nichž první si bude všimnout nejranějších forem a předchůdců reality show u nás a druhá, věnovaná současným formám (po roce 2000), se bude soustřeďovat na popsání hlavních proudů reality TV v ČR. Dělení na jednotlivé subžánry užívané pro potřeby této práce bude vycházet z poznatků získaných v předchozích kapitolách a to tak, aby byly postiženy všechny hlavní proudy reality TV, které bude možno aplikovat na tuzemskou televizní produkci. S ohledem na výskyt jednotlivých subžánrů a zároveň vzhledem k omezenému rozsahu bakalářské práce budou vždy vybráni reprezentativní zástupci, na nichž bude metodou deskripce ilustrována příslušnost k danému subžánru a u kterých si budu všimnout prvků typických pro reality TV. Pozornost bude věnována také specifikům případně lokalizované české verze.

2 PROBLEMATIKA TELEVIZNÍCH ŽÁNŮ

2.1 Televizní žánr

Žánr je termín užívaný napříč mnoha uměleckými odvětvími, který umožňuje kategorizovat jednotlivé mediální formy. Daný žánr vždy spojují určitá pravidla, konvence a normy pro něj typické. Zároveň však do jednoho žánru mohou spadat i texty v mnoha ohledech odlišné a jeden text může zároveň spadat do několika různých žánrů – ty se totiž vlivem hybridizace⁶ mohou prolínat.⁷ Termín žánr se začal užívat již v devatenáctém století a jeho vznik souvisí s nárůstem mediální produkce určené pro masové publikum. Charakteristiky jednotlivých žánrů jsou sdíleny jak výrobci mediálních obsahů, tak jejich konzumenty i mediálními teoretiky – konkrétně divákům žánrové dělení pomáhá předpovídat konkrétnější podobu daného pořadu a vybrat si tak z nabídky pořad odpovídající jejich vkusu.⁸

2.2 Televizní formát

Termín televizní formát také popisuje určitou kategorii pořadů, na rozdíl od žánru jej však nejde výrazněji pozměňovat ani inovovat, určitý televizní formát je totiž neměnným originálem podléhajícím autorskému zákonu a licenčnímu jednání a označuje konkrétní pořad.⁹ Jako takové jsou televizní formáty prodávány a skupovány jako komodity.¹⁰ Moran termín televizní formát chápe jako souhrn veškerých informací a odborných znalostí (tzv. know-how), které byly záměrně nashromážděny za účelem usnadnit v budoucnu realizaci adaptace daného televizního programu podléhajícímu licenci.¹¹ Esserová zmiňuje, že ač prvopočátky televizních formátů a obchodování s nimi lze spatřovat už v padesátých letech dvacátého století, běžnými se tyto praktiky staly až o třicet let později, kdy se začaly objevovat první mezinárodně rozšířené soutěžní pořady.¹²

⁶ Hybridizace je koncept popisující přibližování a prolínání žánrů a forem s různými kořeny.

⁷ KORDA, J., Úvod do studia televize, s. 43.

⁸ KORDA, J., Úvod do studia televize, s. 44-45.

⁹ KORDA, J., Úvod do studia televize, s. 48.

¹⁰ ESSER, A., The format business, s. 143.

¹¹ MORAN, A., MALBON, J., Understanding the global TV format, s. 6-7.

¹² ESSER, A., The format business, s. 144.

2.3 Fikční vs. faktuální televize

K jednomu z nejobecnějších dělení televizních žánrů se užívá opozice fikční a faktuální televize, které si všimá především míry vykonstruovanosti a scénářistických zásahů,¹³ přičemž faktuální televize na rozdíl od fikčních žánrů hlásá „*zacházení s fakty a přímý styk s reálným světem*“.¹⁴ U žánrů faktuální televize se předpokládá, že zobrazují realitu a události, které se skutečně odehrály, protagonisté nejsou herci, ale představují sami sebe, a v ideálním případě také obsahují jen minimum scénářistických zásahů. V praxi však určitou vykonstruovanost a zásahy režie vyloučit nejde, od fikčních žánrů se tedy liší právě mnohem vyšší mírou autentičnosti.¹⁵ Pro úplnost lze ještě zmínit také kategorii takzvaných persvazivních žánrů, mezi které spadají reklamy a teleshopping.¹⁶

Faktuální televizní žánry lze dále rozdělit do čtyř hlavních kategorií, z nich jednou je právě podkategorie reality show/reality TV:

1. Zpravodajství a publicistika
2. Televizní dokument
3. Populárně zábavné pořady
4. Reality show / reality TV¹⁷

2.4 Reality TV v kontextu televizních žánrů

2.4.1 Reality show vs. reality TV

Termín reality TV se objevil v osmdesátých letech v USA a označoval pořady, které se vyznačovaly velkou mírou autentičnosti a divákům předkládaly „syrový materiál“.¹⁸ Tento termín zahrnuje širokou škálu pořadů od prvních sérií sledujících členy policejních složek v akci až po novodobé talentové soutěže či soutěžní pořady. Za dobu své existence se tedy význam tohoto termínu značně měnil, jelikož i pořady spadající do tohoto žánru se radikálně proměňovaly a vyvíjely. Hillová dokonce zmiňuje, že „*Termín reality show je natolik flexibilní, že může být aplikován na jakýkoli typ populárně faktuálních pořadů, které chce filmový průmysl prodat televizím a divákům doma či v zahraničí.*“¹⁹ V širším pojetí lze tedy reality TV

¹³ KORDA, J., Úvod do studia televize 2, s. 8.

¹⁴ KORDA, J., Úvod do studia televize, s. 72.

¹⁵ KORDA, J., Úvod do studia televize 2, s. 8.

¹⁶ KORDA, J., Úvod do studia televize 2, s. 29.

¹⁷ KORDA, J., Úvod do studia televize, s. 30.

¹⁸ HILL, A., Reality TV, s. 44.

¹⁹ HILL, A., Reality TV, s. 44-45. (vlastní překlad)

považovat za souborné označení pořadů s minimálními scénáristickými zásahy, točené v dokumentárním stylu s převažující zábavní složkou, což do určité míry odpovídá podobně široké definici faktuálních žánrů.²⁰ Pro potřeby této práce tedy budeme termín reality TV chápat v jeho užším smyslu jako jeden ze subžánrů faktuální televize, pro který se v českém prostředí vžilo označení reality show.

2.4.2 Žánrová příslušnost a základní charakteristiky

„Existuje vztah mezi vývojem dokumentární televize a vývojem pořadů reality TV,“ píše Hillová²¹ a zmiňuje, že žánr reality TV (dále jen RTV) nelze zcela pochopit, pokud tento problematický vztah nevezmeme v úvahu a neuvědomíme si, jaké místo zaujímá v kontextu dalších druhů audiovizuální dokumentace. Podle ní RTV za svůj vznik vděčí nejvíce právě žánru televizních dokumentů, jedná se však o širokou kategorii, kterou není jednoduché jednoznačně definovat.²² V souvislosti s RTV pak zmiňuje kategorii tzv. faktuální zábavy a populární faktuální televize,²³ která zaštiťuje pořady spadající do kategorie faktuální televize, ve kterých se kombinují prvky typické pro zpravodajství a dokumenty spolu s prvky fikčních pořadů.²⁴

Orlebar²⁵ reality show označuje za žánr faktografických pořadů užívající dokumentární techniky a postupy, oproti dokumentu však klade mnohem větší důraz na zábavnost, které je dosahováno právě na úkor realističnosti. Korda²⁶ tyto termíny chápe jako souhrnné označení pro spojení faktuálních pořadů s prvky dramatu a odlehčené zábavy a podobně také Nichols²⁷ zdůrazňuje potenciál RTV úspěšně kombinovat autenticitu typickou pro dokumentární pořady spolu s prvky melodramatického spektaklu, přičemž objektivita je zde podřízena snaze vyvolat u publika emocionální odezvu.²⁸ Pečiulis pak RTV charakterizuje jako hybridní žánr, který nabízí příběhy založené na skutečných událostech, v nichž participují opravdové osoby.²⁹

Hillová³⁰ RTV považuje za kategorii zaštiťující různorodé programy, série a formáty sledující skutečné lidi zažívající každodenní či neobvyklé zážitky a Caseyová³¹ dodává užívání

²⁰ KORDA, J., Úvod do studia televize 2, s. 53.

²¹ HILL, A., Reality TV, s. 19.

²² HILL, A., Reality TV, s. 19-39.

²³ V originále factual entertainment a popular factual television.

²⁴ HILL, A., Reality TV, s. 14.

²⁵ ORLEBAR, J., Kniha o televizi, s. 93.

²⁶ KORDA, J., Úvod do studia televize 2, s. 30.

²⁷ NICHOLS, B., Introduction to Documentary, s. xi.

²⁸ NICHOLS, B., Introduction to Documentary, s. 34.

²⁹ PEČIULIS, Ž., Reality Style on Television, s. 82.

³⁰ HILL, A., WEIBULL, L., NILSSON, Å., Public and Popular, s. 18.

³¹ CASEY, B., Television studies, s. 142-143.

technologíí umocňujících zdání autenticity. Biltereyst RTV pokládá za žánr s poněkud rozvolněnou definicí mající tendenci zahrnovat různorodé a časově proměnlivé formy faktuální televize.³² Jak televizní diváci, tak kritici však podle něj mají určité sdílené představy o tomto žánru. Patří mezi ně především požadavek na realističnost, kladení důrazu na činy a emoce opravdových lidí (neherců) a časté užívání kombinace autentických a předpřipravených záběrů (např. záběry pořízené bezpečnostními kamerami nebo během rekonstrukce události).

Piperová dodává, že dokumentární pořady a pořady faktuální televize prošly od 90. let dvacátého století tak zásadními změnami, že hranice mezi nimi se začíná rozplývat a oba již dnes existují v prostoru, který nelze definovat jako čistě fikční nebo čistě faktuální.³³ Také Pečiulis je podobného názoru: „*S reality show se hranice mezi dokumentárními a zábavními žánry začíná ztenčovat, každá show totiž obsahuje elementy reality (fakta), fikce (přetvářku a herectví) a virtuality (simulaci reality)*“³⁴

³² BILTEREYST, D., Media audiences and the game of controversy, s. 7.

³³ PIPER, H., Reality TV, Wife Swap and the drama of banality, s. 274.

³⁴ PEČIULIS, Ž., Reality Style on Television, s. 83. (vlastní překlad)

3 HISTORIE REALITY TV VE SVĚTĚ

3.1 Prvopočátky, předpoklady vzniku

Obecně lze vznik RTV krom dokumentární televize spojit také s rozvojem bulvární žurnalistiky a populární zábavy.³⁵ Nasazení prvních pořadů tohoto typu v USA v osmdesátých letech souvisí se snahou televizních stanic přilákat v silně konkurenčním prostředí způsobeném deregulací a globalizací televizního průmyslu,³⁶ kdy se publikum roztříštilo do mnoha malých skupin, nové diváky.³⁷ Totožná situace pak nastala v letech devadesátých ve Velké Británii, kdy konzervativní vláda začala důrazně prosazovat a podporovat konkurenční prostředí na mediálním trhu, což vedlo k transformaci veřejnoprávní stanice BBC a její orientaci na programy spíše populárnějšího charakteru.³⁸

Období na přelomu 80. a 90. let je typické významnou globální reorganizací televizního průmyslu – deregulace mediálního trhu, nárůst počtu televizních kanálů a výrazně konkurenční prostředí, to vše vedlo k výraznému tlaku ze stran televizních producentů, kteří hledali nové programové formy, které by za co nejnižších nákladů přilákaly početná publika.³⁹ Jelikož však náklady na produkci tradičních fikčních pořadů naopak rostly, začala se objevovat snaha navázat na tradiční a úspěšné dokumenty méně nákladnou a zábavnější formou, která zároveň nabídne působivou a dramatickou podívanou.⁴⁰ A právě rodící se RTV všechna tato kritéria splňovala a pro televizní stanice byla velmi výhodná také z ekonomického hlediska. Televizní programy založené na principech RTV jsou totiž mnohem levnější než ty tradiční a to hned z několika důvodů: není potřeba nákladná technika, postačí menší televizní štáb a vystupuje v nich také daleko méně placených účinkujících.⁴¹

Za povšimnutí stojí také pozvolna se měnící charakter médií veřejné služby. Média se obecně spíše než na poskytování služeb v souladu s dosavadním ideálem veřejné služby začala orientovat na zákazníky a pořady nabízené televizními kanály začaly vykazovat tendenci přiblížit se co nejvíce obyčejnému divákovi, který nutně nemusí být intelektuálně na výši.⁴² Měnící se povaha veřejné služby a snaha přilákat nová publika doprovázející tento posun bývá

³⁵ HILL, A., *Reality TV*, s. 16.

³⁶ KORDA, J., *Úvod do studia televize 2*, 53.

³⁷ ORLEBAR, J., *Kniha o televizi*, s. 94.

³⁸ HILL, A., WEIBULL, L., NILSSON, Å., *Public and Popular*, s. 20-21.

³⁹ DOVEY, J., *Freakshow*, s. 83-84.

⁴⁰ KORDA, J., *Úvod do studia televize 2*, 53.

⁴¹ SERPE, N., *Reality Pawns*, s. 14.

⁴² KILBORN, R., HIBBERD, M., BOYLE, R., *The rise of the docusoap*, s. 383.

označována jako populární veřejná služba. Média veřejné služby se tak krom obsahu s informativním a edukativním charakterem snažila uvádět také obsahy se zábavní složkou a to pokud možno tak, aby všechny tyto tři komponenty byly v rovnováze. To vedlo ke změně chápání dosavadních tradičních faktuálních televizních žánrů, které byly do té doby považovány za doménu právě veřejnoprávních médií.⁴³

Podle Pečiulise vznik RTV dokládá probíhající změnu v televizním průmyslu, která je charakteristická posunem ohniska svého zájmu: „*Tento nový žánr demonstruje měnící se vztah televize a obyčejných lidí, ti totiž na televizní obrazovce postupně začínají nahrazovat experty, politiky a umělce a mohou vyprávět své vlastní životní příběhy.*“⁴⁴ Takto obrozená televize s sebou přináší úplně nový pohled na realitu, začíná se totiž věnovat i sociálním problémům, lidským těžkostem a neštěstí. RTV umožnila obyčejným lidem naplnit sen o rovnosti – nejen že se samo publikum mohlo podílet na tvorbě televizních pořadů a mohlo v nich dokonce samo účinkovat, ale také mu bylo dovoleno se otevřeně zapojit do veřejné diskuse.⁴⁵ Pečiulis dokonce tehdejší televizi považuje za médium suplující funkce veřejných institucí a podobně také Nichols⁴⁶ úspěch tohoto žánru spojuje se strachem ze sociální nerovnosti a nestabilitou, které v té době ve společnosti převládaly.

3.2 Skrytý mikrofon a skrytá kamera

Přestože největší expanze žánru reality show nastala teprve na přelomu tisíciletí a dominantním prvkem televizní zábavy, který vzbudil zájem jak široké veřejnosti, tak i akademické obce, začal být teprve počátkem devadesátých let dvacátého století,⁴⁷ historie tohoto žánru sahá mnohem dál a datuje se až do konce let čtyřicátých. Podle Bondebjerga⁴⁸ lze mnohé aspekty moderní RTV spatřovat už v době, kdy v Americe vznikaly první pořady založené na principu skryté kamery. Stejného názoru je také Souček⁴⁹, který skrytou kameru považuje za pravděpodobně nejpůvodnější podobu reality show.

Candid Camera

V roce 1947 se zrodil rozhlasový program nazvaný *Candid Microphone*, založený na principu skrytého mikrofonu. O dva roky později uvedl americký televizní producent

⁴³ HILL, A., WEIBULL, L., NILSSON, Å., Public and Popular, s. 19.

⁴⁴ PEČIULIS, Ž., Reality Style on Television, s. 83.

⁴⁵ PEČIULIS, Ž., Reality Style on Television, s. 83.

⁴⁶ NICHOLS, B., Blurred boundaries, s. 55.

⁴⁷ BILTEREYST, D., Media audiences and the game of controversy, s. 7.

⁴⁸ BONDEBJERG, I., The Mediation of Everyday Life, s. 159.

⁴⁹ SOUČEK, J., Nové formáty v televizní tvorbě, s. 123.

Allen Funt na televizní obrazovky jeho adaptaci *Candid Camera*. Jednalo se o humorný pořad se skrytou kamerou, jehož snahou bylo zachytit autentické reakce obyčejných lidí na neobvyklé a mnohdy bizarní situace.⁵⁰ „V 70. letech dvacátého století navázal na Allena Funta Chuck Barries, který začal zveřejňovat osobní detaily, které umožnily divákům identifikaci s účastníky,“ píše Štroblová.⁵¹

3.3 První reality show

An American Family (1973), The Family (1974)

Snaha přilákat nové diváky vedla v osmdesátých letech k realizaci jedné z prvních novodobých reality show nazvané *An American Family*, která se ve Spojených státech na kanále PBS poprvé vysílala roku 1973 a která celých sedm měsíců sledovala osudy majetné sedmičlenné americké rodiny Loudových ze Santa Barbary.⁵² Na svou dobu se jednalo o velmi kontroverzní pořad, který šokoval svou upřímností a snahou nechat co nejvěrněji nahlédnout do soukromí filmované rodiny.⁵³

An American Family je označován za první dokumentární sérii, která se zaměřovala na zobrazení rodinného života a od tehdejších dokumentárně laděných snímků se lišila především tím, že v ní nefiguroval žádný moderátor ani prostředník televize, který by účinkující zpovídal, interakce mezi filmaři a rodinou byly omezeny na minimum⁵⁴ a také obsahovala jen velmi málo komentáře (tzv. voice-over).⁵⁵ Svou epizodickou strukturou *An American Family* připomínalo soap operu a spíše než na dějovou linii se soustřeďovalo na intimitu rodinného života a na několik hlavních postav – členů rodiny – a jejich vlastní příběhy, jimž dominovala manželská krize manželů Loudových vedoucí k rozvodu a okázalý životní styl jejich syna Lance, který v pořadu veřejně oznámil svou homosexuální orientaci.⁵⁶

Tato třináctidílná série posloužila jako vzor britské verzi stanice BBC s názvem *The Family* (1974), vysílané o rok později ve Velké Británii.⁵⁷ Tato série se v rodině Wilkisonových z Readingu natáčela pouhé tři měsíce a na rozdíl od své předlohy, která dokumentovala život majetné rodiny ze střední třídy, sledovala typickou britskou rodinu

⁵⁰ CANDID CAMERA. About Candid Camera.

⁵¹ ŠTROBLOVÁ, S., Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa, s. 103.

⁵² EDGERTON, G., ROSE, B., Thinking outside the box, s. 185-186.

⁵³ MATHESON, Sarah A., The Cultural Politics of Wife Swap, s. s. 33.

⁵⁴ BUTLER, Jeremy G., Television critical methods and applications, s. 68.

⁵⁵ WNET. An American Family: About. <<http://www.thirteen.org/american-family/about/>>

⁵⁶ EDGERTON, G., ROSE, B., Thinking outside the box, s. 186.

⁵⁷ LEE-WRIGHT, P., The documentary handbook, s. 98-99.

z pracující třídy. Oba tyto pořady natočené ve stylu „mouchy na zdi“ ve své době vyvolaly vlnu kontroverze a dlouhé měsíce byly hojně diskutované jak diváky, tak odbornou veřejností a kritiky.⁵⁸

Ruoff *An American Family* označuje za milník v historii nefikční televize a poznamenává, že „... americké dokumenty již nikdy nebudou stejné.“⁵⁹ Slavná americká antropoložka Margaret Meadová tuto sérii taktéž považovala za jeden z nejdůležitějších mezníků v historii televize⁶⁰ a jako jedna z prvních ve spojitosti s ní vyslovila pochybnost, zda by tento druh pořadů měl být nazýván dokumentem. Navrhovala, aby se pro něj našlo nové jméno, které by odráželo jak jeho vztah k zobrazování reality, tak i jeho odlišnost od již zavedených televizních pořadů.⁶¹

3.4 První vlna (přelom 80-90 let)

Hillová novodobý vývoj reality TV v posledních dvou až třech desetiletích v době jejich největšího rozkvětu dělí do čtyř období. První vlnu spojuje se vzestupem infotainmentu,⁶² úspěchem programů s kriminální tematikou a pořadů věnujícím se složkám záchranného systému. Tyto pořady dominovaly televizní zábavě na přelomu osmdesátých a devadesátých let a jejich původ byl v Americe, odkud se dále šířily do Evropy.⁶³

3.4.1 Trauma TV - infotainment

Pořady s kriminální tematikou představují jednu z nejranějších forem RTV,⁶⁴ která se (především v Americe) stále drží na předních příčkách televizní faktuální zábavy. Podle Kordy se právě v souvislosti s těmito televizními magazíny soustředujícími se na zločin, složky záchranného systému a nehody začal počátkem devadesátých let užívat termín reality TV. Později se také pro tento žánr vžilo označení trauma TV. Za jeho základní prvky pak považuje užívání syrového materiálu spolu s kombinací prvků typických pro zpravodajství, bulvární styl a rétoriku pořadů veřejné služby.⁶⁵

⁵⁸ RUOFF, J., Can a Documentary Be Made of Real Life?, s. 270.

⁵⁹ RUOFF, J., An American family, s. 137. (vlastní překlad)

⁶⁰ LUTKEHAUS, Nancy C., Margaret Mead, s. 194.

⁶¹ LEE-WRIGHT, P., The documentary handbook, s. 99.

⁶² Jako infotainment je označována zábavní žurnalistika, která se vyznačuje zajímavostí a napínavostí. BARTOŠEK, Základy žurnalistiky, s. 19.

⁶³ HILL, A., Reality TV, s. 24.

⁶⁴ DOVEY, J., Freakshow, s. 80.

⁶⁵ KORDA, J., Úvod do studia televize, s. 74.

Také Dovey⁶⁶ při charakteristice tohoto žánru zdůrazňuje především užívání autentického materiálu, zařazování záběrů z průmyslových kamer a jiných neprofesionálních zařízení. Ty bývají doplněny o účast očitých svědků, narativní rekonstrukce, expertní názory příslušníků záchranných složek a mnohdy jsou také doprovázeny autoritativním komentářem moderátora. Jednotlivé díly pak často mívají velmi podobný epizodický charakter a obsahují několik (mnohdy i tematicky laděných) samostatných příběhů, které se od tradičních fikčních pořadů s policejní tematikou liší právě výraznou narativizací; výsledný pořad se tak formou blíží melodramatu.⁶⁷

Tento trend pokračoval i v první polovině devadesátých let, kdy úspěch policejních pořadů vedl ke vzniku mnoha dalších variací, sledujících pracovníky pobřežní hlídky, horské záchranné služby a jiné. Ty se rychle se rozšířily také do Evropy, kde začaly vznikat jejich lokalizované verze zohledňující kulturní specifika jednotlivých zemí.⁶⁸ Pořady v duchu RTV z této doby mají jedno společné – spíše než na osobnosti jednotlivých aktérů se soustředují na vykreslení atmosféry a zprostředkování určité nálady, čehož v každé epizodě dosahují právě již zmíněným zařazováním stejně tematicky laděných příspěvků.⁶⁹

Mnozí kritikové považují za centrální koncept těchto pořadů tzv. diskurz zmocnění,⁷⁰ v rámci něhož televize funguje jako médium, které díky svému interaktivnímu charakteru lidem dává moc konat a převzít kontrolu.⁷¹ Toto zmocňování je zřetelně přítomné v komentářích moderátorů, kteří se s prosbou obracejí přímo na diváky a vyzývají je k akci, ve způsobu prezentace jednotlivých případů a incidentů a dokonce to přiznávají i samotní producenti, kteří hlásají, že cílem jejich pořadu není primárně pobavit, ale dát lidem moc nebo alespoň pocit, že mohou něco změnit.⁷² Podle Doveyho přispívá stylizace těchto (především britských) pořadů do podoby zpravodajských žánrů k tomu, že má divák pocit, že při jejich sledování pouze neuspokojuje své potřeby, ale že skrze ně zároveň plní svou občanskou povinnost a koná v zájmu sociální zodpovědnosti.⁷³

⁶⁶ DOVEY, J., *Freakshow*, s. 80.

⁶⁷ DOVEY, J., *Freakshow*, s. 80-81.

⁶⁸ HILL, A., *Reality TV*, s. 25.

⁶⁹ EDGERTON, G., ROSE, B., *Thinking outside the box*, s. 190.

⁷⁰ V originále *discours of empowerment*.

⁷¹ DOVEY, J., *Freakshow*, s. 85-87.

⁷² DOVEY, J., *Freakshow*, s. 87.

⁷³ DOVEY, J., *Freakshow*, s. 93.

Britské pořady

Z původem britských pořadů stojí za zmínku především *Crimewatch* (1984) stanice BBC a *Police, Camera, Action* (1994) stanice ITV. Pro oba tyto pořady byla příznačná snaha realisticky zobrazit v minulosti spáchané zločiny, krom autentických záběrů bezpečnostních kamer však byly také hojně využívány rekonstrukce a nechyběli ani moderátoři, kteří pořadem prováděli ve studiu a v případě *Crimewatch* se obraceli přímo na diváky, které žádali o pomoc při vyšetřování.⁷⁴ Poslední zmiňovaný bývá označován jako jeden z hlavních zástupců jak RTV, tak i pořadů s krimi tematikou, který se zásadně podílel na formování těchto (sub)žánrů.⁷⁵

Americké pořady

Z původem amerických RTV pořadů pak Dovey⁷⁶ vyzdvihuje především pořad *Unsolved Mysteries* (1987), který podle něj předznamenal nástup žánru RTV v Americe a který byl brzy následován mnoha mutacemi a imitacemi. Každá epizoda obsahovala čtyři až pět příspěvků představujících záhadné nevyřešené případy vražd, pohřešovaných osob, uprchlíků ale i paranormálních jevů jako UFO a duchové.⁷⁷ Stejně jako *Crimewatch* i tento pořad žádal o pomoc při vyšetřování těchto záhad diváky, což mu dodávalo vysoce interaktivní ráz.

Za jednu z prvních reality show a zároveň jednu z nejdéle vysílaných je považován také původem americký pořad *COPS*. Tato dokumentární série kanálu FOX se vysílá už od roku 1989 a soustřeďuje se na každodenní aktivity členů policejních složek. Každá z epizod se zaměřuje na několik samostatných policejních incidentů a neobsahuje žádné předpřipravené dialogy a ani komentář, spoléhá se totiž co nejvíce na komentář samotných aktérů v rámci autentických situací, což realističnost ještě umocňuje.⁷⁸

3.5 Druhá vlna (2. pol. 90. let)

Druhou vlnu RTV spojuje Hillová s popularitou observačních dokumentů, tzv. docusoaps. Jedná se o pořady zaměřené na životní styl a vylepšování domu a zahrady, které se datují do druhé poloviny let devadesátých a které se do Evropy šířily z Velké Británie.⁷⁹

⁷⁴ ORLEBAR, J., *Kniha o televizi*, s. 94-95.

⁷⁵ DOVEY, J., *Freakshow*, s. 81.

⁷⁶ DOVEY, J., *Freakshow*, s. 81.

⁷⁷ LIFETIME. *Unsolved: About*. <<http://unsolved.com/about>>

⁷⁸ LANGLEY PRODUCTIONS. *COPS: About Us*. <<http://www.cops.com/about-us/>>

⁷⁹ HILL, A., *Reality TV*, s. 24.

3.5.1 Docusoaps

Žánr docusoap kombinuje prvky observačního dokumentu a takzvaných mýdlových oper, přičemž klade důraz především na dramatické a zábavné zpracování, emotivně vypjaté situace, příběhové linie a mezilidské vztahy.⁸⁰ Právě docusoaps v době své největší slávy výrazně přispěly k tomu, že se termín reality show dostal do širšího povědomí a začal se užívat i pro označení pořadů, které se věnovaly vážným sociálním tématům a natáčely se v kontrolovaném prostředí.⁸¹ Pořady tohoto typu dominovaly televizní zábavě v letech 1996 – 2000 obzvláště ve velké Británii a jejich hlavním producentem byla britská veřejnoprávní stanice BBC.

Britská televize byla v druhé polovině devadesátých let docusoaps doslova zahlcena. Nejen že tento dokumentární žánr trhal rekordy v divácké sledovanosti a v počtech odvysílaných hodin, ale nastala situace pro televizní průmysl naprosto nevídaná – tento seriózně vnímaný žánr dříve zařazovaný do vysílání na místě observačních dokumentů začal vytlačovat sitcomy a soap opery.⁸² Přestože se formálně jednalo o pořady spadající do kategorie ryze faktuální televize, snaha o dramatizaci a zdůraznění sentimentálních aspektů, které by diváka vtáhly do děje a způsobily emocionální odezvu, byly u většiny z nich zcela zřejmé a přes snahu působit v daném prostředí dokumentárně mnohdy poskytovaly pouze zkreslený a velmi povrchní vhled do problematiky, za což také čelily kritice.⁸³

Veterina, zdravotnictví

Obrovské popularitě se těšily především série zaměřující se na záchranu zvířat a každodenní praxi veterinářů, jako například *Vets' School* (1996), *Vets in Practice* (1997), *Animal Hospital* (1995), *Animal Rescuers* (1998) a mnohé další.⁸⁴ Typickou docusoap pro toto období bylo také *Children's Hospital* (1993, BBC), dokumentární série natáčená v dětské nemocnici v Birminghamu, která se spíše než na samotnou medicínskou praxi zaměřovala na lidská dramata a emocionálně vypjaté příběhy dětských pacientů a jejich rodičů.⁸⁵ Nevídaný divácký úspěch tohoto seriálu doprovázely nelichotivé kritiky, které *Children's Hospital* vytýkaly jeho voyeuristickou povahu a především zneužívání lidského utrpení.⁸⁶

⁸⁰ KORDA, J., Úvod do studia televize 2, s. 55.

⁸¹ ORLEBAR, J., Kniha o televizi, s. 96-97.

⁸² DOVEY, J., Freakshow, s. 135.

⁸³ KILBORN, R., HIBBERD, M., BOYLE, R., The rise of the docusoap, s. 382 – 384.

⁸⁴ KILBORN, R., HIBBERD, M., BOYLE, R., The rise of the docusoap, s. 382.

⁸⁵ LEE-WRIGHT, P., The documentary handbook, s. 110.

⁸⁶ LEE-WRIGHT, P., The documentary handbook, s. 110-111.

Specifická prostředí

Krom zdravotnického a veterinárního prostředí se velké přízni diváků ve Velké Británii těšily také série z prostředí letiště, které zprostředkovávaly každodenní životy lidí na mezinárodních letištích, jmenovitě *Airport* (1996) a *Airline* (1998), z nichž obě za téměř deset let své existence (do roku 2005 respektive 2006) odvysílaly každá celkem deset sérií.⁸⁷

V druhé polovině devadesátých let začaly docusoaps upadat – přestože jejich počet se neustále zvyšoval, zájem diváků k přelomu tisíciletí vykazoval tendenci přesně opačnou. Docusoaps se z Velké Británie šířily na evropský kontinent (své vlastní formáty produkovaly především severské země) a některé z britských docusoaps se dokonce vysílaly v USA, úspěchu ve Velké Británii – v domovině tohoto žánru – se však zahraniční produkce rovnat nemohla.⁸⁸

Současné docusoaps se věnují různorodým a nezřídka i velmi kontroverzním tématům. Jako příklad můžeme uvést americký pořad *Toddlers & Tiaras* (2009), dokumentující dětské soutěže krásy, jichž se účastní děti již od batolecího věku. Jednotlivé epizody pak sledují zákulisní přípravy na tyto soutěže, v rámci kterých se rodiče své děti vylepšují způsoby, které z nich zcela nepřírozeně jejich věku činí téměř sexuální objekty.⁸⁹

3.5.2 Lifestyle a makeover

Naopak na vzestupu byla ve Velké Británii v období úpadku docusoaps produkce zaměřená na životní styl a vylepšování, tzv. makeover (proměna). Zvýšená produkce takto zaměřených televizních programů a časopisů spolu se vzestupem fenoménu takzvaných lifestyleových médií je však možno vysledovat již v osmdesátých letech dvacátého století.⁹⁰ Teprve s blížícím se příchodem nového tisíciletí se však téma životního stylu začalo stávat středem zájmu nejen médií, ale také zásadním faktorem ovlivňujícím člověka a jeho prožívání každodennosti.⁹¹

Pořady žánru RTV inspirované ženskými časopisy zabývající se rozličnými tématy od vylepšování domova a zahradničení, přes módu až po vaření se původně vysílaly během dne a s ohledem na své zaměření cílily právě na ženy.⁹² Netrvalo však dlouho a rychle našly své

⁸⁷ HILL, A., *Reality TV*, s. 7 a 38.

⁸⁸ HILL, A., *Reality TV*, s. 28-29.

⁸⁹ TAMER, Ch., *Toddlers, Tiaras, and Pedophilia?*, s. 86.

⁹⁰ BELL, D., HOLLOWS, J., *Historicizing lifestyle*, s. 1.

⁹¹ BELL, D., HOLLOWS, J., *Historicizing lifestyle*, s. 2.

⁹² HILL, A., *Reality TV*, s. 29.

místo i v hlavním vysílacím čase.⁹³ Hillová přitažlivost těchto pořadů přičítá skutečnosti, že v nich vystupují obyčejné lidé, kteří svůj volný čas vyplňují stejně obyčejnými zálibami, a zároveň experti, kteří ono obyčejné dokáží přeměnit v neobyčejné.⁹⁴

Proměna vzhledu

V roce 1996 začala BBC vysílat *Style Challenge*, pořad zaměřující se na změnu vzhledu a také mnohé další jako *Changing Rooms*, nebo *Looking Good*. Mezi klíčové prvky těchto pořadů patří element překvapení a to jak na straně diváka, který před velkým odhalením vždy vidí jen část celku, tak na straně účinkujícího, jehož emocionální odezva je umocněna nemožností dívat se během proměny do zrcadla. Zásadním momentem je vždy očekávaný moment odhalení, který umožňuje divákům zhlédnout autentické reakce a posoudit, zda byla proměna úspěšná. Dalším klíčovým prvkem bývají častá přítomnost časového limitu nebo prezentace proměny jako nečekaného dárku.⁹⁵

Úspěch lifestyleových pořadů ve stylu proměny vedl ke vzniku jeho mnoha různých variací, které se soustřeďovaly na rozličná mnohdy i bizarní témata. V tradici proměny osobního vzhledu pokračovaly například formáty, které účastníkům slibovaly úspěch na romantické schůzce (*Would Like to Meet*, 2001, BBC) nebo americká série, zprostředkující proměnu za pomoci plastické chirurgie (*Ultimate Makeover*, 2003, ABC).⁹⁶ V roce 2003 americká kabelová televize Bravo přišla s formátem *Queer Eye For a Straight Guy*, která kombinovala prvky make-over a seznamovací reality show, když nevhledně vypadajícího a nepříliš společensky a partnersky úspěšného heterosexuálního muže gay experti na módu, vizáž, stavování a sociální komunikaci předělávali za účelem jeho úspěchu u žen. V tom samém roce byl také představen podobný formát *Queer Dates for Straight Mates* stanice Living, ve kterém se nezadaní heterosexuálové účastnili romantických schůzek s homosexuály.⁹⁷

Britská televize Channel 4 v roce 2002 dokonce připravovala sérii, která účastníkovi – pacientovi trpícímu nevléčitelnou chorobou – slibovala posmrtnou proměnu, během které by jeho tělo bylo chirurgicky upraveno za účelem vylepšení a zdokonalení jeho funkčnosti. Tento projekt se stal pro svůj provokativní charakter terčem kritiky, jeho tvůrci se však nechali slyšet,

⁹³ MOSELEY, R., *Makeover Takeover On British Television*, s. 301.

⁹⁴ HILL, A., *Reality TV*, s. 29.

⁹⁵ BONNER, F., *Ordinary television*, s. 132-133.

⁹⁶ HILL, A., *Reality TV*, s. 30.

⁹⁷ HILL, A., *Reality TV*, s. 30.

že jejich pořad bude seriózním edukativním projektem, jehož podstatou je vědecky prozkoumat hranice lidského těla.⁹⁸

Renovace

Variantou make-over reality show jsou pořady zaměřené na renovaci pokojů, domů nebo třeba podnikatelských prostor. Předchůdce tohoto formátu, americký *This Old House* stanice PBS, se vysílá již od roku 1979 a od té doby poznal mnoho variant a mutací. Do této kategorie patří také hledání nového bydlení nebo vylepšování osobních vozidel.⁹⁹ O další zábavní prvky je obohacen také celosvětově oblíbený formát *Ramsey's Kitchen Nightmares* debutující v roce 2004, u nás vysílaný v české mutaci pod názvem *Ano, šéfe!* (2009, Prima), pro který je typický autoritativní moderátor a odborník na poli gastronomie, který používá lidový slovník.

Jak je vidět z předchozích odstavců, samy makeover pořady od dob svého vzniku často prochází mnoha proměnami a jejich tematické zaměření je velmi různorodé. Právě tato variabilita a zdánlivě nekonečný potenciál jejich obměny a vzniku mutací z nich činí tak úspěšný žánr, který se u diváků stále těší velké oblibě.¹⁰⁰

3.6 Třetí vlna (po roce 2000)

Třetí vlna rozvoje RTV je spojována s úspěchem sociálních experimentů, kterých se účastnili obyčejní lidé a vzestupem soutěžních herních pořadů, které vznikaly koncem 90. let a prosadily se počátkem nového tisíciletí. Jejich původ lze podle Hillové vysledovat do severní Evropy, odkud se dále šířily do Velké Británie, Ameriky a zbytku světa.¹⁰¹ Souček tyto formáty řadí do souhrnné kategorie gameshow a jako jejich základní charakteristiku uvádí 1) soutěžení o atraktivní výhry, 2) účast skupiny lidí, 3) izolaci v omezeném prostoru a 4) postup soutěžících na základě hlasování poroty, diváků nebo uvnitř samotné skupiny.¹⁰²

Úspěch těchto žánrů je spojován se změnou chápání soukromého a veřejného na přelomu tisíciletí, pramenící z přetrvávající nespokojenosti veřejnosti. Tato redefinice soukromí s sebou totiž přinesla také zásadní změnu v chápání televize, která se pro diváky stala mnohem

⁹⁸ BBC. Channel 4 defends corpse 'makeover'. <<http://news.bbc.co.uk/2/hi/entertainment/2280365.stm>>

⁹⁹ SOUČEK, J., Nové formáty v televizní tvorbě, s. 122.

¹⁰⁰ HILL, A., Reality TV, s. 31.

¹⁰¹ HILL, A., Reality TV, s. 24.

¹⁰² SOUČEK, J., Nové formáty v televizní tvorbě, s. 122.

důvěrnějším médiem, kompenzujícím jejich nenaplněnou touhu po sociálním dialogu a veřejné diskusi o intimnějších tématech.¹⁰³ Posouvání hranic mezi soukromým a veřejným lze přičítat také měnícímu se postoji veřejnosti vůči novým technologiím – ty se stávají neodmyslitelnou součástí našich každodenních životů a nezanedbatelně velikým dílem tak přispívají k poněkud modernějšímu chápání důvěrnosti a intimity a posunu jejich významu.¹⁰⁴ Pro pořady vznikající v této době jsou tak charakteristické uzavřené prostory, neustálý dohled kamer, improvizace a tzv. mód přežití.¹⁰⁵

3.6.1 Gameshow a izolační/kontejnerové show

Who Wants to Be a Millionaire? (1998)

Formát v ČR známý jako *Chcete být milionářem?* se poprvé vysílal roku 1998 ve Velké Británii. Již o rok později se jeho americká adaptace stala nejúspěšnějším pořadem kategorie gameshow za téměř třicet let a ani ne rok od svého uvedení v USA byl samotnými producenty označen jako pořad, který překročil hranice televizní zábavy a stal se novodobým kulturním fenoménem.¹⁰⁶ Noviny *the New York Times* jej dokonce nazvaly nejúspěšnějším britským kulturním exportem za posledních třicet let.¹⁰⁷ Téměř nezměněna se tato kvízová vědomostní soutěž, dovolující jedinou změnu a to jazykovou mutaci a obsazení místního moderátora, vysílala ve více než sto zemích včetně Indie a blízkého východu.¹⁰⁸

Globální úspěch tohoto formátu je přisuzován samotnému základnímu konceptu, který dává obyčejným lidem možnost vyhrát téměř pohádkové jmění, a to vše divákům servíruje v podobě akcentující napínavost a dramatičnost. Lokální oblíbenost v jednotlivých zemích pak ještě může být umocněna zvoleným moderátorem, jehož osobnost může být jedním z klíčových prvků, které v divákovi vzbudí sympatie k pořadu jako celku.¹⁰⁹

The Real World (1992)

V roce 1992 navázal na odkaz *An American Family* pořad *The Real World*, ve kterém měla v jednom domě pod neustálým dohledem kamer v rámci jakéhosi psychologického experimentu společně po několik měsíců žít skupina mladých lidí.¹¹⁰ Pro označení těchto

¹⁰³ PEČIULIS, Ž., *Reality Style on Television*, s. 83-84.

¹⁰⁴ PEČIULIS, Ž., *Reality Style on Television*, s. 83, 96.

¹⁰⁵ PEČIULIS, Ž., *Reality Style on Television*, s. 83-84.

¹⁰⁶ BIELBY, Denise D, HARRINGTON, C. Lee., *Global TV*, s. 112.

¹⁰⁷ HILL, A., *Reality TV*, s. 34.

¹⁰⁸ BIELBY, Denise D, HARRINGTON, C. Lee., *Global TV*, s. 112.

¹⁰⁹ BIELBY, Denise D, HARRINGTON, C. Lee., *Global TV*, s. 112-113.

¹¹⁰ EDGERTON, G., ROSE, B., *Thinking outside the box*, s. 190-191.

pořadů, kdy je skupina delší dobu uzavřena v omezeném prostoru se vžilo označení izolační případně kontejnerová reality show. Oproti svému předchůdci *The Real World* přinesl zásadní změnu v podobě účinkujících, kteří jsou vybíráni na základě castingu – právě casting je totiž u tohoto typu pořadu zásadním faktorem, který rozhoduje o úspěchu či neúspěchu.¹¹¹ *The Real World* (a jeho pozdější následovníci, především *Survivor* a *Big Brother*) tak přišel s naprosto unikátním konceptem, který dosud neměl v historii televize obdoby – povedlo se mu skloubit fikční složku s realitou tak, aby se vzájemně doplňovaly.¹¹² Samotné krédo při úvodních titulcích hlásalo, že cílem pořadu je ukázat, jak si budou skuteční lidé počínat, pakliže padnou veškeré zábrany a přestanou být k sobě zdvořilí.¹¹³

Po vzoru čistě fikčních forem se pořady tohoto typu natáčejí v umělém zvenčí kontrolovaném prostředí a účastníci se v nich musí držet stanovených pravidel, zároveň je však tím, že se jedná o neherce, kteří neodříkávají předpřipravený text a nemají předepsaný žádný scénář, přítomna také realistická složka. Tato hybridní forma tak může těžit jak z předpřipravené a pevně dané struktury tak z improvizace účastníků a nepředvídatelnosti jejich konání.¹¹⁴ Stejně jako jeho předchůdci *Police, Camera Action!* nebo *An American Family* v tomto pořadu nefiguroval žádný vypravěč a interakce filmařů s účastníky experimentu byla omezena na minimum.¹¹⁵ Jednou ze zásadních novinek, se kterou přinesl *The Real World* je také přítomnost takzvané zповědnice, oddělené místnosti, kde se účinkující do kamery svěřovali se svými pocity a bezprostředními reakcemi,¹¹⁶ což mělo zdánlivě realističnost ještě umocnit.

Survivor (2000)

V roce 2000 se na televizní obrazovky dostal mezinárodní původem britský fenomén *Survivor*. Tato reality show (původně zamýšlená pro Švédskou televizi)¹¹⁷ v Česku vysílaná pod názvem *Kdo přežije?* svým charakterem stojí na pomezí žánrů gameshow a izolačními pořady. Jedná se celosvětově úspěšný formát, který za čtrnáct let své existence odvysílal již osmadvacet sérií, z nichž každá se odehrává v jiném odlehlém koutě světa. Šestnáct „trosečníků“ spolu vždy na principu vyřazovací soutěže soupeří, kdo z nich v těžkých životních

¹¹¹ EDGERTON, G., ROSE, B., *Thinking outside the box*, s. 190-191.

¹¹² THOMPSON, R., *Reality and the future of television*, s. 22.

¹¹³ BUTLER, Jeremy G., *Television critical methods and applications*, s. 68.

V originále: „This is the true story of seven strangers, picked to live in a house and have their lives taped, to find out what happens when people stop being polite and start getting real“

¹¹⁴ THOMPSON, R., *Reality and the future of television*, s. 22-23.

¹¹⁵ BUTLER, Jeremy G., *Television critical methods and applications*, s. 68.

¹¹⁶ EDGERTON, G., ROSE, B., *Thinking outside the box*, s. 191.

¹¹⁷ HILL, A., *Reality TV*, s. 31.

podmínkách mimo civilizaci a jen s malými přiděly jídla vydrží co nejdéle a získá peněžitou výhru. Soužití účastníků tedy neustále ovlivňuje vzájemná rivalita, budování spojení a taktizování – právě to je považováno za největší lákadlo tohoto formátu, který úspěšně kombinuje prvky sociálního experimentu a soutěžní hry.¹¹⁸ Thompson dodává, že za úspěchem tohoto formátu napříč publiky z různých demografických skupin stojí také nepřítomnost závadného obsahu jako je sex, sprostá slova nebo násilí, která z něj činí zábavu pro celou rodinu bez ohledu na věk.¹¹⁹

Od dob první televizní reality show *An American Family* však došlo k viditelnému posunu. Dokumentární složka viditelně ustupuje složce dramatické a zábavní a každá z epizod výrazně akcentuje napínavé momenty a osobní dramata účastníků.¹²⁰ Za zmínku stojí také srovnání technické realizace těchto projektů. „*Během produkce Survivoru na něm každý den pracovalo více než dvacet kameramanů a třináct editorů. Každá čtyřicetiminutová epizoda si vyžádala tři sta hodin videozáznamu, což se rovná celkovému množství materiálu spotřebovaného při natáčení An American Family.*“¹²¹

Big Brother (1999)

V roce 1999 si svou premiéru odbyl první novodobý televizní sociální experiment inspirovaný dystopickým Orwellovským světem s názvem *Big Brother* (v ČR známý jako *Velký Bratr*). John de Mol tento formát typický tím, že je tři až pětkrát týdně vysílán v časech běžně vyhrazených pro soap opery, vytvořil pro nizozemskou televizi, odkud se rychle rozšířil do osmnácti dalších zemí včetně Spojených států.¹²² Oba formáty, jak *Survivor* tak *Big Brother*, jsou si v určitých aspektech podobné: představují spojení žánrů gameshow, observačního dokumentu a antropologického experimentu a kladou důraz na emočně vypjaté situace a intriky soutěžících, kteří jsou motivováni vidinou peněžitě výhry. *Survivor* se od svého protějšku liší především provedením a atmosférou – je pro něj typická nějaká exotická lokace, která se s každou sérií mění, a také účinkujícím, kteří musí déle než měsíc snášet neúměrně fyzicky náročnější úkoly a diskomfort života mimo civilizaci.¹²³

Další důležitý rozdíl mezi těmito pořady pramení z rozdílu v herní mechanice a vysílacím schématu. Zatímco exotický *Survivor* divákům prezentuje jednotlivé předtočené

¹¹⁸ EDGERTON, G., ROSE, B., Thinking outside the box, s. 192.

¹¹⁹ THOMPSON, R., Reality and the future of television, s. 23.

¹²⁰ EDGERTON, G., ROSE, B., Thinking outside the box, s. 194.

¹²¹ EDGERTON, G., ROSE, B., Thinking outside the box, s. 192. (vlastní překlad)

¹²² EDGERTON, G., ROSE, B., Thinking outside the box, s. 194.

¹²³ HILL, A., Reality TV, s. 31.

epizody až po několika měsících, *Big Brother* nabízí mnoho přímých přenosů a sestříhy nedávných událostí nebývají starší než několik málo dní. Toto sledování událostí téměř v reálném čase je umožněno frekvencí vysílání, která se většinou pohybuje v rozmezí 3-5 vysílacích dní týdně.¹²⁴ Toto vysílací schéma založené na přímých přenosech pak umožňuje do dění na obrazovce aktivně zapojit samotné diváky, kteří každý týden mohou svými hlasy přímo ovlivnit, kdo ze soutěžících bude vyřazen, a stávají se tak interaktivním publikem v pravém slova smyslu, protože mohou přímo zasáhnout do děje a určit jeho směřování.¹²⁵

První série *Big Brother* vysílaná ve Velké Británii v roce 2000 lámala rekordy nejen v divácké sledovanosti, ale zaznamenala rekordně nejvyšší diváckou participaci v historii britské televize. Diváci u televizních obrazovek měli možnost pro účinkující hlasovat pomocí telefonu nebo s využitím interaktivních televizních zařízení a doprovodné internetové stránky v době vysílání staly nejnavštěvovanějším webem v celé Evropě.¹²⁶ Mathijs a Jonesová tuto multikanálovou interakci považují za stěžejní aspekt toho formátu, který nejen že stojí za jeho diváckou oblíbeností, ale také představuje zlomový moment v historii interaktivní televize.

„... žádný jiný televizní žánr nedává divákům možnost takto aktivně moci volit a dát najevo svůj názor. Skrze elektronické zprávy a ankety na internetu, časopisy a dopisy do novin se diváci aktivně podílejí dokonce i na samotné podobě formátu a scénáře.“¹²⁷

Obecně lze říci, že voyeurický formát *Big Brother*, který protagonisty sledoval při běžných aktivitách všedního dne a byl atraktivní svou interaktivní povahou, preferovala spíše evropská a australská publika. V USA se naopak větší oblíbenosti těšil exotičtější *Survivor*, což je přisuzováno jeho předtočenému charakteru, který filmařům a střihačům na úkor bezprostřednosti umožnil maximalizovat dramatickou složku.¹²⁸

3.6.2 Hledání talentů

Popstars (1999)

Popularita televizního formátu *Popstars* původem z Nového Zélandu již v roce 1999 předznamenala nástup fenoménu talentových soutěží. Jednalo se kombinaci reality gameshow

¹²⁴ EDGERTON, G., ROSE, B., Thinking outside the box, s. 194.

¹²⁵ MATHIJS, E., JONES, J., Big Brother international, s. 175.

¹²⁶ MATHIJS, E., JONES, J., Big Brother international, s. 27.

¹²⁷ MATHIJS, E., JONES, J., Big Brother international, s. 175. (vlastní překlad)

¹²⁸ HILL, A., Reality TV, s. 35.

a varieté,¹²⁹ jejímž cílem bylo sestavit dívčí popovou skupinu. Diváci se tak mohli stát svědky zrodu nových talentů, sledovat castingy, zákulisní přípravy i začátky vznikající skupiny.¹³⁰ Protože formát *Popstars* prostřednictvím kamer nechával nahlédnout i do soukromí soutěžících a záměrně konfrontoval protagonisty různých ras a z rozdílných kulturních prostředí, bývá také označován za docudrama, tedy za kombinaci dokumentu a melodramatu.¹³¹

Pop Idol (2002)

Úspěch formátu *Popstars* dal vzniknout globálnímu původně britskému fenoménu *Pop Idol*, který roku 2002 odstartoval franšizu talentových (nejen pěveckých) soutěží. Producent Simon Fuller, ač se viditelně inspiroval u svého novozélandského předchůdce, přišel s mnoha invencemi. Sérii *Popstars*, která byla svého času jedinou hudební reality show na trhu, kritizoval především kvůli nepřítomnosti interaktivity, diváckého hlasování a přímých přenosů.¹³² Osvědčený herní talentový formát tak inovoval a výsledkem byla reality show kombinující hromadné castingy, hledání nových talentů, a několikačlennou porotu, která o osudu soutěžících rozhoduje spolu s diváky.¹³³ To soutěžní charakter pořadu ještě umocnilo a nabídlo publiku v té době tolik žádanou interaktivitu spolu s možností zasahovat do běhu událostí a osudů soutěžících. Ve své americké podobě se *American Idol* se svými 13 sériemi a obrovskou sledovaností stal asi nejúspěšnějším formátem reality show vůbec.

The Voice of Holland, X Factor, Got Talent a taneční soutěže

Po vzoru Fullerova *Pop Idolu* se v Nizozemí zrodil další velmi podobný pěvecký formát, nazvaný *The Voice of Holland* (2010). Vedle čistě pěveckých talentových show je třeba zmínit jejich taneční verze jako britský *So You Think You Can Dance* (2005), *Got To Dance!* (2009), nebo *America's Best Dance Crew* (2008). Z Velké Británie pak pocházejí formáty jako *The X Factor* (2004) nebo *Got Talent* (2005), které se vyznačují tím, že umožňují účast lidem všech věkových skupin a také vícečlenným souborům nebo zvířatům. Jedná se o formáty založené na prvcích varieté – jde tedy o přehlídky různých talentů včetně kouzelníků, stand-up comedy artistů, imitátorů a objevují se zde také kaskadérské či zvířecí exhibice.

¹²⁹ HILL, A., *Reality TV*, s. 33.>

¹³⁰ THE NATIONAL FILM AND SOUND ARCHIVE. *Popstars: Title Details*.

<<http://colsearch.nfsa.afc.gov.au>>

¹³¹ KIM, L. S., *The Performance of Multicultural Identity in US Network Television*, s. 289.

¹³² FULLER, S., *Simon Fuller on how 'Idol' began*. <<http://variety.com/2011/tv/news/simon-fuller-on-how-idol-began-2-1118037190/>>

¹³³ HILL, A., *Reality TV*, s. 33.

Četné talentové soutěže původem z Evropy se od počátku nového tisíciletí na poli televizní zábavy staly důležitým evropským exportním artiklem, který se úspěšně šířil za hranice – především do USA. Tento průnik na americký trh, který se evropské RTV podařil, byl o to zlomovější, že USA se do té doby importu zahraničních programů úspěšně bránilo.¹³⁴

3.6.3 Hledání práce

Další kategorii představují pořady, které je možno označit jako reality show zaměřené na hledání práce – modelek, filmařů, scénáristů, kuchařů, designerů, atp. Mezi ty nejznámější patří americké formáty *Next Top Model* (2003) nebo *Project Runway* (2004), které hledají modelky, resp. designéry, nebo původem britské kuchařsky zaměřené formáty jako *Hell's Kitchen* (2004) nebo *MasterChef*, který v roce 2005 navázal na tradici stejnojmenného pořadu z devadesátých let. Poslední jmenovaný hledá nadané amatérské kuchaře a kuchařky, kteří spolu soutěží v různých kulinářsky zaměřených úkolech. Celosvětový úspěch těchto pořadů je příkladem skutečnosti, že se jedná o velmi snadno adaptovatelné formáty nabízející divácky atraktivní podívanou, v rámci které si obyčejní lidé plní své sny.

Na vzestupu byly také RTV pořady soustřeďující se na podnikatelské záměry jednotlivců, například formát *Dragon's Den* (2005) britské televize BBC2, ve kterém začínající podnikatelé hledají investory pro své projekty.¹³⁵ Tyto pořady jsou zajímavé tím, že divákům umožní sledovat výzvy, vzestupy i pády, které jejich podnikání doprovází, v kombinaci s prvky soutěžení a riskování typickými pro žánr gameshow.¹³⁶ Se zajímavou verzí formátu kombinujícího soutěžní prvky s prvky vystupování typických pro pěvecké a další talentové soutěže, ale zároveň akcentujícího další (např. rukodělné) schopnosti pro úspěch ve specifické profesi přišla americká MTV v roce 2009, když se za pomoci odborné poroty vedené americkým travesti (drag) vystupujícím RuPaulem jala hledat budoucí hvězdu travesti/drag scény v pořadu *RuPaul's Drag Race*.

3.6.4 Hledání partnera

Mezi lety 1997 až 2004 došlo k rapidnímu nárůstu reality show zaměřených na romantické vztahy a hledání partnera.¹³⁷ Tento subžánr nabízel různorodé formáty od nezávazných schůzek na slepo přes morálně diskutabilní formáty jako *Temptation Island*

¹³⁴ EDGERTON, G., ROSE, B., Thinking outside the box, s. 6.

¹³⁵ BOYLE, R., MAGOR, M., A nation of entrepreneurs?, s. 135.

¹³⁶ BOYLE, R., MAGOR, M., A nation of entrepreneurs?, s. 132 a 135.

¹³⁷ ZURBRIGGEN, Eileen L., MORGAN, Elizabeth M., Who Wants to Marry a Millionaire?, s. 2.

(2001), ve kterém partnerské dvojice testují věrnost svých protějšků obklopených atraktivními nezadanými nebo *Joe Millionaire* (2003), soutěžní formát postavený na premise toho, že mladý muž před dívkami soutěžícími o jeho přízeň předstírá, že je milionářem.¹³⁸ Tento formát se později vyvinul do pořadů, které známe i u nás, jako např. *Farmář hledá ženu* (2010)¹³⁹ který od svého uvedení odvysílal již čtyři sezóny nebo *Hledá se táta a máma* debutující téhož roku.

3.7 Současnost (po roce 2005)

Současné trendy RTV pak podle Hillové v poslední vlně vede Amerika s pořady zaměřujícími se opět na krimi tematiku spolu s mezilidskými vztahy, Británie a Austrálie s pořady o životním stylu a sociálními experimenty, severní Evropa pak s pořady typu gameshow.¹⁴⁰ Obecně lze identifikovat dvě poměrně nedávné tendence, které určují současné směřování žánru RTV. Tou první je vzestup formátů soustředujících se na banality každodenního života, které ostře kontrastují s tematickým zaměřením původních formátů upřednostňujících vypjaté situace z životů policistů, záchranářů a lékařů. Druhou tendencí je viditelná snaha oprostít se od sterilního téměř laboratorního prostředí, které dříve bylo pro pořady RTV v duchu sociálních experimentů a televizních soutěží typické, a nabídnout divákům o něco autentičtější realitu.¹⁴¹

3.7.1 Životní experimenty

Za důležitou kategorii, která je na vzestupu v novém tisíciletí považuje Hillová¹⁴² pořady v duchu životních experimentů,¹⁴³ které z části kombinují sociální experiment, z části proměnu a také gameshow, a jejich podstata spočívá v tom, že sleduje obyčejné lidi, kteří zkouší něco nového a v různých obměnách tak experimentují se svým životem. Tyto reality show představují širokou škálu pořadů, které svým protagonistům umožňují prožít nějaký čas v cizí rodině (*Wife Swap*, 2003), vyzkoušet si nové povolání (*Faking It*, 2001) nebo vydržet bez nějakého předmětu, který člověk pokládá v každodenním životě za nepostradatelný (*You Can Live Without...* 2003).

Tyto pořady těží právě z již zmíněného sledování obyčejných lidí v nestandardních situacích, kdy jsou tito dobrovolně konfrontováni s jiným životním stylem, prostředím, pravidly

¹³⁸ HILL, A., *Reality TV*, s. 120-121.

¹³⁹ MIKULÁŠ, P., *Pattern and final text in factual television*, s. 58.

¹⁴⁰ HILL, A., *Reality TV*, s. 24.

¹⁴¹ PIPER, H., *Reality TV, Wife Swap and the drama of banality*, s. 274.

¹⁴² HILL, A., *Reality TV*, s. 36.

¹⁴³ V originále jde o life experiment.

a hodnotami. Diváci tak mají možnost být svědky jejich transformace, která je nakonec završena pozitivním nebo negativním poselstvím – mohou se ve svém dosavadním přesvědčení a pohledu na život utvrdit, nebo své postoje naopak díky prožitému experimentu přehodnotit.¹⁴⁴

Pečiulis¹⁴⁵ považuje pořady, ve kterých se jedinci v rámci těchto experimentů dělí o své zkušenosti, za jednu z nejtypičtějších a nejsledovanějších forem RTV současnosti a řadí mezi ně také pořady, které účastníkům asistují v hledání osob, s nimiž ztratili kontakt nebo fungují jako seznamka případně jako mediátor, který jim pomáhá urovnat osobní spory. Tyto pořady podle něj fungují jako určitý druh globální terapie, při níž se lidé v nějaké krizové situaci namísto na odborníka, který by jim jejich problém pomohl řešit v soukromí, obracejí na televizi jako na médium, které taktéž nabízí pomoc, ale v rámci veřejného televizí mediovaného sociálního dialogu.¹⁴⁶

Wife Swap

Ukázkovým příkladem takovéto experimentální reality show je formát *Wife Swap* původem z Velké Británie (2003), u nás vysílaný jako *Výměna manželek*. Tento pořad se velmi rychle stal jakýmsi vzorem pro budoucí směřování faktuelní televize a podle Piperové¹⁴⁷ zároveň napomohl v úvodu zmiňovanému stírání hranic mezi žánry fikční a faktuelní televize. Dvě ženy mají v rámci pořadu možnost si na čtrnáct dní prohodit role a vyzkoušet si život v cizí rodině se všemi povinnostmi, které vedení této dočasné domácnosti přináší.¹⁴⁸ Na rozdíl od formátů jako *Big Brother*, kde jsou účastníci pod dohledem kamer neustále a diváci jejich počínání mohou sledovat téměř v reálném čase, jednotlivé epizody *Wife Swap* se stopáží přibližně hodinu jsou vysílány až zpětně a pokaždé v nich figurují jiné dvě rodiny. Materiál, natočený za čtrnáct dní, tedy musí být výrazně zkrácen, aby nepřesáhl 60 minut, čímž se stává jen značně selektivním a povrchním sestřihem událostí tohoto rodinného experimentu.¹⁴⁹

Na rozdíl od svých předchůdců, jejichž cílem také bylo nechat nahlédnout do fungování běžné rodiny (*An American Family*, *The Family*), je *Wife Swap* evidentně těžší z konfliktů a dramát, které jsou důsledkem výběru a následného spárování dvou diametrálně odlišných rodin s jiným životním stylem, rozdílnými hodnotami nebo z jiných sociálních vrstev.¹⁵⁰ Zároveň je doprovázen komentářem vypravěče, který diváky uvádí do děje a hodnotí jejich

¹⁴⁴ HILL, A., *Reality TV*, s. 37.

¹⁴⁵ PEČIULIS, Ž., *Reality Style on Television*, s. 87.

¹⁴⁶ PEČIULIS, Ž., *Reality Style on Television*, s. 87.

¹⁴⁷ PIPER, H., *Reality TV, Wife Swap and the drama of banality*, s. 275.

¹⁴⁸ MATHESON, Sarah A., *The Cultural Politics of Wife Swap*, s. 34.

¹⁴⁹ PIPER, H., *Reality TV, Wife Swap and the drama of banality*, s. 275.

¹⁵⁰ MATHESON, Sarah A., *The Cultural Politics of Wife Swap*, s. 34.

chování, a také téměř deníkovými videosekvencemi, které vyměněným manželkám a jejich druhům dávají prostor „potají“ se do kamery svěřit se svými pocity.¹⁵¹

Dalším rozdílem je také skutečnost, že *Wife Swap* není koncipován jako soutěž (přestože jednou z motivací k účasti v pořadu je peněžní odměna, která rodinám náleží) ale sám sebe prezentuje jako pořad nabízející zájemcům nevšední zážitek, který může změnit jejich pohled na jejich vlastní rodinný život.¹⁵² Tato série se soustřeďuje především na témata osobní proměny a třídní příslušnosti a klade si otázku, jak vypadá (a jak by vypadat měla) tradiční rodina.¹⁵³

3.7.2 Celebrity show

Navzdory tomu, že jednou ze základních charakteristik RTV pořadů je angažování obyčejných lidí – neherců – je na tomto místě třeba zmínit i poměrně nedávný trend, který těží právě z přítomnosti slavných lidí a celebrit. Účastníky reality show se tak mohou stát buď osoby, které se již dostaly do povědomosti diváků právě účastí v některé z dřívějších reality show, například *Survivor: Heroes vs. Villains* (2010), nebo celebrity z různých oblastí veřejného života, např. *Celebrity Big Brother* (2001).¹⁵⁴ Tuto celebrity mutaci pak můžeme najít napříč mnoha jinými subžánry RTV, mezi kterými najdeme dokonce formáty, které účast celebrit přímo vyžadují. Patří sem docusoaps sledující životy rodin slavných, např. *The Osbournes* (2002)¹⁵⁵ nebo *Keeping Up with the Kardashians* (2007), dobrodružná/izolační gameshow *I'm a Celebrity... Get Me Out of Here!* (2002) nebo taneční soutěž *Strictly Come Dancing* (2004).

3.8 Budoucnost reality TV

Přestože odhadnout budoucí vývoj pořadů RTV a televizní zábavy obecně nelze, Hillová neopomíná zmínit, že tento žánr má stále co nabídnout a v nejbližší budoucnosti mu zánik nehrozí. Ačkoli mnohé formáty RTV ve velké míře čerpají z již značně zastaralých modelů a konvencí,¹⁵⁶ publiku se mohou brzy okoukat a jejich jednotlivé série nejsou vhodné k vícenásobnému reprízování, toto je více než dostatečně kompenzováno variabilitou tohoto žánru, který již ze své podstaty nabízí zdánlivě nevyčerpatelnou zásobu různorodých témat

¹⁵¹ PIPER, H., Reality TV, Wife Swap and the drama of banality, s. 279.

¹⁵² PIPER, H., Reality TV, Wife Swap and the drama of banality, s. 275.

¹⁵³ MATHESON, Sarah A., The Cultural Politics of Wife Swap, s. 34.

¹⁵⁴ HILL, A., Reality TV, s. 69.

¹⁵⁵ HILL, A., Reality TV, s. 38.

¹⁵⁶ NICHOLS, B., Introduction to Documentary, s. 100.

a neokoukaných protagonistů.¹⁵⁷ Nové série téměř vždy sledují osudy dosud neznámých protagonistů, čímž se zásadně změní podoba výsledného pořadu. Starý formát může být také velmi snadno oživen nějakou na první pohled nedůležitou změnou,¹⁵⁸ například změnou lokace, výměnou poroty, úpravou pravidel či způsobu hlasování atd. Variabilitu tohoto žánru navíc ještě podtrhuje fakt, že se jedná o žánr hybridní, který může hledat inspiraci a půjčovat si z široké škály jiných pořadů a může tak flexibilně reagovat na poptávku na mediálním trhu.

¹⁵⁷ HILL, A., Reality TV, s. 37-38.

¹⁵⁸ HILL, A., Reality TV, s. 38.

4 VYBRANÉ ASPEKTY REALITY TV

4.1 Popularita televizních formátů

Na celosvětovou popularitu televizních formátů ze strany televizních stanic má vliv celá řada faktorů, které není možné určit zcela jednoznačně. Značnou motivací pro zakoupení licence je bezesporu předchozí úspěch daného formátu v zemích, kde se již vysílal. Divácky úspěšné projekty jsou mnohdy přejímány a jejich nové řady jsou uváděny tak dlouho, dokud je nevytlačí jiný formát nebo dokud se stále dokáží udržet na předních příčkách sledovanosti.¹⁵⁹ „Úspěšná formule se udrží a je reprodukována tak dlouho, dokud se zcela nevyčerpá,“¹⁶⁰ píše Dovey. Chalaby pak podotýká, že ač může přejímání televizních formátů probíhat bez v podstatě bez povšimnutí, je tímto způsobem v současnosti po celém světě produkována většina populárních televizních show od pořadů o vaření až k primetimovým talentovým soutěžím.¹⁶¹

4.1.1 Ochranné kvóty

Waisbord oblíbenost globálních formátů vysvětluje také legislativou některých (zejména evropských) zemí, které se skrze ni snaží podporovat tuzemskou produkci a omezovat import zahraničních pořadů. Tyto kvóty zaměřené na podporu domácí tvorby se totiž vztahují na dovoz již hotových zahraničních pořadů nikoli na lokálně produkováné verze původem zahraničních televizních formátů. „*Pakliže stanice vysílá domácí verzi zahraničního pořadu, pomáhá tím tyto kvóty plnit; pokud jej však koupí již jako hotový, toto neplatí.*“¹⁶² Takovéto kupčení s již předpřipravenými formáty tak pomáhá televizním stanicím tyto kvóty v rámci zákona obejít a umožňuje zahraničním formátům proniknout na chráněný evropský trh.¹⁶³

4.1.2 Programová strategie

Místní televizní stanice, která odkoupila vysílací práva daného formátu a produkuje jeho lokalizovanou verzi, také za poměrně nízkých produkčních nákladů zaplní volné místo ve vysílacím čase pořadem, který se již jinde ve světě osvědčil, a je tedy pravděpodobné, že bude

¹⁵⁹ WAISBORD, S., McTV, s. 363.

¹⁶⁰ DOVEY, J., Freakshow, s. 82. (vlastní překlad)

¹⁶¹ CHALABY, Jean K., Reflection in: Transnational TV Formats, s. 54.

¹⁶² WAISBORD, S., McTV, s. 363. (vlastní překlad)

¹⁶³ WAISBORD, S., McTV, s. 363.

úspěšný i na domácí scéně.¹⁶⁴ „*Formáty se tak stávají vysoce účinnou programovou strategií, která minimalizuje podstupovaná rizika,*“ argumentuje Waisbord.¹⁶⁵ Reality show, a především pak ty, které po vzoru formátu *Big Brother* sledují účastníky čtyřicet hodin denně a jsou vysílány téměř v přímém přenosu, jsou u televizních stanic oblíbené právě proto, že umožňují z dlouhodobého hlediska poměrně flexibilně vyplnit i několik vysílacích hodin týdně a díky své variabilitě mohou být jednoduše uzpůsobeny vkusu a preferencím různých specializovaných publik.¹⁶⁶ Právě tuto schopnost televizních formátů efektivně kombinovat lokální a globální považuje Chalaby za jeden z klíčových faktorů stojících za úspěchem tohoto vysílacího modelu.¹⁶⁷

4.2 Popularita reality TV

Thompson přičítá oblíbenost RTV u diváků třem základním složkám, které považuje pro tento žánr a jeho téměř univerzální úspěšnosti za stěžejní. Krom skutečnosti, že se jedná o poměrně nový žánr, který nabízí vítanou alternativu k již ustaveným tradičnějším žánrům, zmiňuje především kombinaci voyeurismu na straně publika a peněz a slávy na straně účastníků těchto pořadů.¹⁶⁸ Mehlová se generalizací pohnutek, které vedou k popularitě tohoto žánru, naopak spíše vyhýbá a konstatuje, že každý má svou vlastní motivaci k sledování reality show, a to i za předpokladu, že je nenávidí a jako příklad uvádí možnost části publika se s protagonisty identifikovat nebo snahu rozklíčovat a pochopit mechanismus mystifikace a zmanipulované reality, který za produkcí reality show stojí.¹⁶⁹

4.2.1 Voyeurismus

Thompson považuje vrozený voyeurismus za jednu z zásadních pohnutek, které vedou k divácké oblíbenosti reality TV.¹⁷⁰ Pokládá jej za jednu z elementárních lidských tendencí a zároveň podotýká, že právě televize je médium, které dodalo této lidské přirozenosti zcela nový rozměr. Divák může osoby na televizní obrazovce sledovat zcela skrytě v pohodlí svého domova, aniž by ony mohly jeho pohled opětovat, a ke konzumaci těchto obsahů se svému okolí ani nemusí přiznat.¹⁷¹ Tento přidaný aspekt soukromí a anonymity nazývá „iluzí čtvrté

¹⁶⁴ WAISBORD, S., *McTV*, s. 365.

¹⁶⁵ WAISBORD, S., *McTV*, s. 365. (vlastní překlad)

¹⁶⁶ THOMPSON, R., *Reality and the future of television*, s. 24-25.

¹⁶⁷ CHALABY, Jean K., *Reflection i: Transnational TV Formats*, s. 54.

¹⁶⁸ THOMPSON, R., *Reality and the future of television*, s. 21-24.

¹⁶⁹ MEHL, D., 2003 cit. podle PEČIULIS, Ž., *Reality Style on Television*, s. 82, 90.

¹⁷⁰ THOMPSON, R., *Reality and the future of television*, s. 21.

¹⁷¹ THOMPSON, R., *Reality and the future of television*, s. 21.

zdi“, která v divákovi umocňuje přesvědčení, že mu náleží právo počínání jemu cizích osob takto skrytě sledovat.¹⁷²

Je však třeba zmínit, že existují i odpůrci této voyeuristické teorie, kteří měníci se povahu televize a s ní související rozostřování hranice mezi soukromým a veřejným nevnímají jako výsledek snahy zalíbit se divákům toužícím beztréstně nahlédnout do soukromí jiných a ukojit tak svou zvědavost. Důraz na intimitu, názory jednotlivců a mezilidské vztahy, které televizi činí mnohem důvěrnějším médiem,¹⁷³ to vše může přispívat ke tvorbě mnohem komplexnější veřejné sféry, která nahradí dřívější model, ve kterém tato byla striktně oddělena od sféry soukromé. Voyeurismus jako hlavní motiv ke sledování RTV nepotvrdil ani výzkum Papacharissiové a Mendelsova z roku 2007. Autoři výzkumu přítomnost tohoto motivu sice nevyklučují, konstatují však, že buď není tak důležitý a zásadní, jak se doposud myslelo, nebo se respondenti zdráhají k němu přiznat, protože jej při sebehodnocení vnímají jako nežádoucí.¹⁷⁴

4.2.2 Zábava, relaxace a sociální interakce

Za důležitý faktor ovlivňující diváckou oblíbenost RTV je možné v rámci teorie užití a uspokojení¹⁷⁵ považovat především zábavní funkci tohoto žánru, která má potenciál diváky bavit, rozptylovat, zprostředkovat vzrušující podívanou a nabídnout vítanou alternativu k pořadům fikční televize.¹⁷⁶ Boyle a Kellyová poukazují především na emocionální rozměr populární faktuelní televize: „*Právě schopnost často publikum emocionálně angažovat je to, co populární televizi činí tak neodolatelnou.*“¹⁷⁷

Sledování reality show může být také činností vhodnou k relaxaci a odpočinku nebo téměř rituální zvyklostí a způsobem, jak nenáročným způsobem zaplnit volný čas. Sledování televize může mimo jiné představovat aktivitu, která uměňuje pocit osamělosti, zprostředkovává určitý druh sociální interakce a poskytuje nová témata k hovoru.¹⁷⁸ Přestože úspěch prvních reality show byl spojován právě s jejich schopností přilákat k televizním obrazovkám nedostatkové mladé publikum, výjimečné jsou právě tím, že jsou určené pro celou

¹⁷² THOMPSON, R., Reality and the future of television, s. 21.

¹⁷³ BILTEREYST, D., Media audiences and the game of controversy, s. 9.

¹⁷⁴ PAPACHARISSI, Z., MENDELSON, A., An Exploratory Study of Reality Appeal, s. 367.

¹⁷⁵ Teorie užití a uspokojení zkoumá publikum a to, jak skrze sledování médií a konzumaci mediálních obsahů uspokojuje své potřeby.

¹⁷⁶ PAPACHARISSI, Z., MENDELSON, A., An Exploratory Study of Reality Appeal, s. 362.

¹⁷⁷ BOYLE, R., KELLY, L. W., Commentary: Television, business entertainment, and civic culture, s. 68.

¹⁷⁸ PAPACHARISSI, Z., MENDELSON, A., An Exploratory Study of Reality Appeal, s. 362.

rodinu bez ohledu na věk.¹⁷⁹ Paparichissiová s Mendelsonem zároveň zmiňují, že zábavní a relaxační motivace převažuje zejména u diváků, kteří pořady tohoto žánru navzdory jejich do velké míry vykonstruované povaze považují za realistické.¹⁸⁰

4.2.3 Sláva, status celebrity a peníze

Skutečnost, že většina reality show rekrutuje své účastníky z řad obyčejných lidí,¹⁸¹ s sebou přináší otázku, jaká je motivace uchazečů a potenciálních účastníků těchto pořadů. Je zřejmé, že některé formáty postavené na soutěžním schématu jsou lákavé právě díky vidině hodnotné peněžní výhry. Thompson však na stejnou úroveň staví motivaci založenou na touze stát se slavným a získat „rolí“ v televizi. „*Stačí se podívat na to, jak moc si slávy považujeme a kolik moci jí přisuzujeme. Spousta lidí touží po pozornosti a uznání a elektronická média jim obojí nabízí plnými hrstmi.*“¹⁸² RTV totiž změnila zažitý model, který dával možnost objevit se v televizi jen hrstce vyvoleným; cenou za slávu a byť jen dočasnou pozornost statisícových publik se tak stala pouze ochota odhalit před diváky veřejně své soukromí.¹⁸³

Stejné motivy vyzdvihují také Papacharissiová s Mendelsonem: „*Základní premisa reality TV vyžaduje, aby se jedinci vystavili na odiv veřejnosti a vzdali se všech nároků na soukromí, a to vše ve prospěch chvilkové slávy a možné peněžní kompenzace.*“¹⁸⁴ Podle Pečiulise považuje účast v reality show za obzvláště lákavou především mladší generace, která ji vnímá jako legitimní způsob jak vstoupit do showbusinessu.¹⁸⁵ Voyeuristické tendence diváků jsou tak na straně účinkujících vyváženy sklonem k exhibicionismu.

4.3 Globalizace a homogenizace

Podle Bondebjerga¹⁸⁶ lze na příkladu vývoje RTV analogicky doložit právě historický trend komercializace a globalizace mediální kultury. RTV je podle něj nejen hybridní formou faktuální zábavy typickou pro určité období, ale indikuje vznik nové síťově strukturované společnosti (tzv. network society) nahrazující dosavadní společnost masovou.¹⁸⁷ Trend homogenizace televizní zábavy lze do jisté míry přičítat i okolnostem vzniku RTV a již

¹⁷⁹ PEČIULIS, Ž., Reality Style on Television, s. 92.

¹⁸⁰ PAPACHARISSI, Z., MENDELSON, A., An Exploratory Study of Reality Appeal, s. 355.

¹⁸¹ Odhlédneme-li od jejich menšinových variací, ve kterých záměrně vystupují právě celebrity.

¹⁸² THOMPSON, R., Reality and the future of television, s. 22. (vlastní překlad)

¹⁸³ THOMPSON, R., Reality and the future of television, s. 22.

¹⁸⁴ PAPACHARISSI, Z., MENDELSON, A., An Exploratory Study of Reality Appeal, s. 355. (vlastní překlad)

¹⁸⁵ PEČIULIS, Ž., Reality Style on Television, s. 92.

¹⁸⁶ BONDEBJERG. I., The Mediation of Everyday Life, s. 159-160.

¹⁸⁷ BONDEBJERG. I., The Mediation of Everyday Life, s. 159-160.

zmiňovanému nárůstu konkurence, který vyústil ve snahu co nejvíce snížit náklady na televizní produkci. Snaze o co největší ekonomičnost pak ještě více přispěla právě globalizace a možnost snadného vývozu jednotlivých formátů RTV; relativně levné a zároveň úspěšné pořady je možno exportovat do zahraničí a výrazně tak zvýšit výnosy z nich.¹⁸⁸

Předním producentem celosvětově žádaných a často přejímaných formátů podle Waisborda¹⁸⁹ v současnosti zůstávají Spojené státy americké, které takto určují globální trendy žánru RTV. „*Celosvětově adaptace reality show formátů odhalují novou podobu procesu globalizace,*“ píše Pečiulis¹⁹⁰ a zmiňuje, že i přesto RTV nadále zůstává i lokálním fenoménem. Nejen že rozptýlenému publiku globálního charakteru je umožněno sledovat události na lokální úrovni, ale samotná povaha formátů RTV je jejich spojením – globální formát vázaný neměnnými pravidly a sledující předepsané zákony tzv. „produkční bible“ obsahuje celou řadu lokálně upravených prvků, které jej pomáhají adaptovat kulturním specifikům dané země.¹⁹¹

Za zmínku stojí Edwardsovo¹⁹² konstatování, že zatímco reality show pocházející odjinud než ze Severní Ameriky (především z Velké Británie a Japonska) při vstupu na americký trh čelí konverzi a jsou pro potřeby místních publik upravovány a „poameričtěny“, původem americké reality show se na mezinárodní trh dostávají téměř nezměněny. Edwards si tuto praxi vysvětluje jednostrannými preferencemi neamerických diváků, pro které jsou pořady zobrazující americkou kulturu lákavé a zároveň uvědomělou snahou amerických producentů tvořit reality show tak, aby byly pro mezinárodní trh vhodné. Jeho tvrzení však nepopírá tvorbu lokalizovaných mutací jednotlivých formátů mimo americký kontinent, spíše jen poukazuje na svým způsobem konzervativní vkus amerických konzumentů.

4.4 Interaktivita a konvergence médií

Jermynová s Holmesovou považují expanzi formátů RTV za zásadní a nepřehlédnutelný faktor, který výrazně přispěl k rozrůzněni prostředků, skrze které je publikum vtaženo do dění a s jejichž pomocí se podílí na televizní produkci. „*Reality TV nejen že rekrutuje herce přímo z řad publika ... ale publikum je také neustále přímo oslovováno moderátorem a především je zmiňováno v konverzacích vedených samotnými účastníky.*“¹⁹³ Tato interaktivita a rozrůzněni komunikačních kanálů mezi tvůrci RTV a jejich diváky je pak ukázkovým příkladem

¹⁸⁸ DOVEY, J., *Freakshow*, s. 84.

¹⁸⁹ WAISBORD, S., *McTV*, s. 364.

¹⁹⁰ PEČIULIS, Ž., *Reality Style on Television*, s. 94.

¹⁹¹ BONDEBJERG, I., *The Mediation of Everyday Life*, s. 159.

¹⁹² EDWARDS, 1998 cit. podle DOVEY, J., *Freakshow*, s. 81.

¹⁹³ JERMYN, D., HOLMES, S., s., *The Audience Is Dead; Long Live The Audience!*, s. 56.

dokládajícím konvergenci médií. Thompson vyzdvihuje především sblížení televize a internetu a jako příklad uvádí formát *Big Brother*, který televizní vysílání doplňoval o exkluzivní obsah 24 hodin denně přístupný skrze své webové stránky, což z něj udělalo jeden z nejnavštěvovanějších webů všech dob.¹⁹⁴ Papacharissiová s Mendelsonem pak RTV ve spojitosti s jeho interaktivním charakterem považují za žánr, který má veliký potenciál posilovat komodifikaci publika, které se samo stává ostře sledovaným produktem dané reality show.¹⁹⁵

4.5 Zobrazování reality

Zobrazování reality je jedním z nejproblematičtějších aspektů RTV. Někteří autoři, například Butler, dokonce uvádějí, že nic jako zobrazování reality v televizi možné není a televize už ze své podstaty nabízí deformované a do jisté míry fikční pojetí reality. Jako problematické lze vnímat už samotný úhel kamery, střih, výběr záběrů, které budou následovat či předcházet, použité zvukové efekty i hudbu; to vše s realitou do určité míry manipuluje a divákovi je tak předkládán obsah ve zcela jiném kontextu, který vytváří pouze iluzi reality.¹⁹⁶ Taktéž Reifová, která RTV považuje za televizní žánr postavený na znázorňování reálných situací, se přiklání k tomu, že tato reálnost je do značné míry pouhou umělou konstrukcí a simulací reality.¹⁹⁷

Orlebar¹⁹⁸ dokonce hovoří o obecném povědomí toho, že RTV zprostředkovává pouze zmanipulovanou realitu. „*Reality show nepřináší divákovi autentičnost a edukativnost dokumentu, ale spektakl každodennosti a důraz na performanci identity.*“¹⁹⁹ Pečiulis zase zmiňuje názor, že svět, který RTV vytváří, sice vypadá na první pohled fantasticky, ale zobrazuje nereálnou realitu, která svou strukturou připomíná děj pohádkového příběhu a v rámci které se realita skutečná proplétá s umělostí a přetvářkou. Paradoxně se tak díky tomu může dokonce zdát realističtější než ta opravdová, právě proto že záměrně vyzdvihuje neúspěchy, nepřizpůsobivost obecně platným normám a všechno to, co bychom se běžně před ostatními snažili utajit.²⁰⁰

¹⁹⁴ THOMPSON, R., Reality and the future of television, s. 25.

¹⁹⁵ PAPACHARISSI, Z., MENDELSON, A., An Exploratory Study of Reality Appeal, s. 355.

¹⁹⁶ BUTLER, Jeremy G., Television critical methods and applications, s. 59.

¹⁹⁷ REIFOVÁ, I., Slovník mediální komunikace, s. 206.

¹⁹⁸ ORLEBAR, J., Kniha o televizi, s. 94.

¹⁹⁹ ORLEBAR, J., Kniha o televizi, s. 96.

²⁰⁰ PEČIULIS, Ž., Reality Style on Television, s. 93-94.

Butler²⁰¹ však zdůrazňuje, že vztah televize a reality není tak jednoduchý jak se na první pohled může zdát, což dokládá tvrzením, že mnoho pořadů RTV – především ty soutěžní – by vůbec neexistovalo, kdybychom nevěřili, že nám zprostředkují určitý druh reality. Stejně tak Couldry²⁰² je toho názoru, že jakékoliv reality show, činící z obyčejných lidí celebrity, by hrozil zánik, kdyby si nemohla nárokovat tvrzení, že zprostředkovává reálné události, a to bez ohledu na to, zda tomu tak opravdu je, protože každý pořad RTV z této kategorie s sebou přináší barthesovský mýtus o reprezentaci sociálního světa. S tím se ztotožňuje také Dovey²⁰³, který RTV považuje za skvělý příklad simulakra; vehemence, s kterou tento žánr trvá na svém realistickém charakteru, je podle něj přímo úměrná faktickému vymizení veškeré jeho realističnosti a referenční hodnoty. „*Pořady musí trvat na svém statusu realističnosti, jinak by ztratily svou „užitou hodnotu“.* Tato nutnost udržení statusu reálna je typickou charakteristikou společnou pro celý tento žánr.“²⁰⁴

Pokud tedy přijmeme tvrzení, že nic, co nám zprostředkuje televize, není skutečné v pravém smyslu tohoto slova, přece jen bude třeba odlišovat realitu (byť do určité míry falešnou), kterou nám předkládají žánry faktuální televize, od čiré fikce, na které se naopak zakládají žánry fikční.²⁰⁵ Spíše než otázka, zda-li RTV zobrazuje autentickou či nějak upravenou a vykonstruovanou realitu, je tedy relevantní položit si otázku, jak tuto realitu vnímá publikum těchto pořadů.²⁰⁶ Právě ona iluze reality a víra publika v to, že mu televize zprostředkovává reálné dění a autentické situace, je jedním ze základních aspektů RTV, který stojí za jeho nevídaným úspěchem.²⁰⁷

4.6 Dramatizace a narativizace

Snaha předkládat divákovi dramatickou podívanou je jednou z priorit tvůrců pořadů RTV, protože emocionální reakce diváků mnohdy spojená s identifikací s televizními protagonisty a jejich problémy je velmi žádaná.²⁰⁸ Evidentní je také snaha vyprávět příběhy sledující nějaký děj a mající nějakou zápletku, což často ještě umocňuje postava vypravěče. Narace je na jednu stranu problematická z hlediska snahy zobrazovat realitu a snižuje

²⁰¹ BUTLER, Jeremy G., Television critical methods and applications, s. 59.

²⁰² COULDRY, N., Teaching us to fake it, s. 63.

²⁰³ DOVEY, J., Freakshow, s. 83.

²⁰⁴ DOVEY, J., Freakshow, s. 84.

²⁰⁵ BUTLER, Jeremy G., Television critical methods and applications, s. 60.

²⁰⁶ PAPACHARISSI, Z., MENDELSON, A., An Exploratory Study of Reality Appeal, s. 355-356.

²⁰⁷ BUTLER, Jeremy G., Television critical methods and applications, s. 59.

²⁰⁸ REIFOVÁ, I., Slovník mediální komunikace, s. 206.

dokumentární kvalitu pořadu, na stranu druhou však umocňuje tolik žádanou dramaturgií.²⁰⁹ Právě akcentace příběhů jednotlivých účinkujících je však jedním z důležitých faktorů, který dokáže pozornost diváků upoutat na celé týdny, kdy je série vysílána.²¹⁰ Biltereyst se domnívá, že právě tyto strategie RTV umožnily vyrovnat se s problémy, které s sebou přineslo tvořící se vysoce konkurenční prostředí.²¹¹ Podobného názoru je také Bondebjerg: „*Reality TV vyhledává působivé a melodramatické aspekty každodenního života nebo alespoň ty, které se dají dále rozvést ve zdramatizované diskurzu.*“²¹² Že je dramaturgie nanejvýš žádaná dokládá také to, že jsou aktéři RTV často vybíráni způsobem, který má zajistit vysoký potenciál vztahových konfliktů²¹³

4.7 Kritika a problematické aspekty

Někteří kritici reality TV vyčítají, že představuje nový nízký společný jmenovatel televizního obsahu, propaguje pochybné sociální hodnoty a zároveň pomáhá šířit nežádoucí exhibicionismus a voyeurismus. Pořady tohoto typu mohou být také nazírány jako činitel, který ovlivňuje naše vnímání kultury a modernizuje její doposud platný koncept, a to za cenu zpochybňování hodnot tradičních.²¹⁴ Mediální efekty RTV jsou tak zvažovány z pohledu možného vlivu na kulturní, sociální i morální hodnoty.²¹⁵

4.7.1 Sociální a morální aspekty

Častou výtkou na adresu reality TV z úst kritiků je zaujetí drsnými a kontroverzními tématy, zviditelňování deviací, nestandardních názorů a excentrických jedinců.²¹⁶ Nichols zmiňuje zaujetí tabuizovanými a zakázanými tématy a sklon RTV k prozkoumávání oblastí za hranou zákona, přičemž touto hranicí zároveň rozumí mantinely naší kultury a naší společnosti.²¹⁷ Zatímco obháječi RTV toto považují za záslužnou činnost, která chce nabídnout více než jen zábavu a pomáhá zviditelnit významné sociální problémy, její kritici zdůrazňují, že posilování sociálního citění či občanské soudržnosti není jejím primárním cílem a za důležitý považují především způsob, jakým jsou tato témata uchopována a prezentována.²¹⁸

²⁰⁹ BUTLER, Jeremy G., *Television critical methods and applications*, s. 59.

²¹⁰ KILBORN, R., HIBBERD, M., BOYLE, R., *The rise of the docusoap*, s. 387.

²¹¹ BILTEREYST, D., *Media audiences and the game of controversy*, s. 8.

²¹² BONDEBJERG, I., *The Mediation of Everyday Life*, s. 164. (vlastní překlad)

²¹³ KORDA, J., *Úvod do studia televize 2*, s. 56.

²¹⁴ PAPACHARISSI, Z., MENDELSON, A., *An Exploratory Study of Reality Appeal*, s. 355-357.

²¹⁵ HILL, A., *Reality TV*, s. 7.

²¹⁶ BILTEREYST, D., *Media audiences and the game of controversy*, s. 8.

²¹⁷ NICHOLS, B., *Blurred boundaries*, s. 46.

²¹⁸ BILTEREYST, D., *Media audiences and the game of controversy*, s. 10-11.

Kontroverzní charakter RTV a zaujetí obsahy skandální povahy čerpajícími z porušování určitých norem a morálních pravidel jsou jedním ze základních principů tohoto žánru – co je však důležité, RTV takto činí zcela otevřeně, nijak se to nepokouší zastírat a této otevřenosti naopak využívá ve svůj prospěch.²¹⁹

Podle Biltereysta tíhne RTV k infotainmentu a tabloidizaci, což má za důsledek subjektivizované, fragmentované a individualizované vnímání vedoucí k omezenému a krátkozrakému nazírání na ve skutečnosti komplexní sociální problémy, tvorbu nových stereotypů a prohloubení stigmatizace menšin. Závažná témata jsou podle něj tímto způsobem nejen zobrazována a prozkoumávána, ale zároveň jsou televizí otevřeně konstruována, a takto vznikající uměle řízená veřejná debata o nich má k debatě reálné velmi daleko.²²⁰

Na druhou stranu je však třeba brát v potaz i měnící se divácké preference a žebříček hodnot – RTV je možno vnímat jako zrcadlo odrážející širší společenské změny. Štroblová v souvislosti se vzestupem RTV zmiňuje posouvání hranic morálních pravidel a moderního diváka považuje za imunního vůči veškerým uměle vytvářeným restrikcím z let minulých.²²¹ Vznik a vývoj nových televizních žánrů a forem může být stejně tak doprovodným jevem, který reflektuje právě tyto proměněné potřeby diváků, kteří jsou osvobozeni od příkazů a zákazů a touží po zábavě, která obsáhne všechna tato v minulosti tabuizovaná témata a nabídne jim něco nového, co dosud neviděli.²²²

Zaujetí zločinem, katastrofami a různými morálně pochybnými až voyeuristickými tématy a obsahy, jejichž konzumace divákům přináší potěšení, to vše Dovey považuje za nedílnou součást populární kultury – a právě RTV pokládá za jeden ze zásadních komponentů, které se na jejím tvoření podílejí. Zároveň však podotýká, že nesmíme zapomenout na to, že ač producenti těchto mediálních obsahů jednají ve snaze naplnit očekávání svých diváků a dát jim to, co oni sami chtějí, jedná se pouze o jejich jednostranně interpretované představy o vkusu publika.²²³

4.7.2 Bezpečnost účastníků reality show

Blairová²²⁴ ve svém článku na téma bezpečnost účastníků reality show poukazuje na to, že odborná veřejnost a sami producenti těchto pořadů věnují jen velmi málo pozornosti právě

²¹⁹ BILTEREYST, D., Media audiences and the game of controversy, s. 7-8.

²²⁰ BILTEREYST, D., Media audiences and the game of controversy, s. 11.

²²¹ ŠTROBLOVÁ, S., Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa, s. 104.

²²² ŠTROBLOVÁ, S., Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa, s. 104.

²²³ DOVEY, J., Freakshow, s. 78-85.

²²⁴ BLAIR, Jennifer L., Surviving Reality Tv, s. 1.

negativním efektům, které mohou působit na jedince, kteří se jich účastní. Reality show považuje za dnes již standartní televizní zábavu, která v honbě za co nejvyšší sledovanosti neváhá neustále posunovat hranice toho, co je ještě přípustné, čímž může ohrožovat fyzické i psychické zdraví svých protagonistů.²²⁵

Producenti RTV pořadů podle ní na úkor účastníků záměrně užívají různé taktiky, jejichž cílem je vyprovokovat je k nestandardním a dramatickým reakcím, v zájmu čehož se neštítí ani praktik, které mohou být považovány za kruté a vysoce neetické.²²⁶ Ačkoli se potenciální účastníci reality show mnohdy musí podrobit povinné lékařské prohlídce a také bývá prověřována jejich minulost, efektivita těchto prověrek je přímo úměrná rozpočtu dané reality show a jejich cílem je především snaha odhalit jedince, kteří by mohli představovat nebezpečí pro ostatní (a ani toto není možné zcela zaručit).²²⁷

²²⁵ BLAIR, Jennifer L., *Surviving Reality Tv*, s. 2.

²²⁶ BLAIR, Jennifer L., *Surviving Reality Tv*, s. 2-8.

²²⁷ BLAIR, Jennifer L., *Surviving Reality Tv*, s. 10-12.

5 REALITY SHOW V ČR

5.1 Prvopočátky a předchůdci RTV

5.1.1 Skrytá kamera

Za první předchůdce RTV považujeme již zmiňované pořady založené na principu skryté kamery.²²⁸ První americké pořady tohoto typu po nějaké době pronikly i na český trh, kde vznikla celá řada mutací prapůvodního *Candid Camera* (1949). Štroblová je dokonce považuje za neodmyslitelnou součást televizní zábavy té doby, o čemž svědčí i to, že si našly své místo jak na soukromých tak i veřejnoprávních kanálech – TV Nova vysílala pořad *Šprťouchlata*²²⁹, ČT zase pořad *Ego*.²³⁰ Mezi původní české pořady se skrytou kamerou patří například zábavná talkshow *Ptákoviny* (1995, Nova).

5.1.2 Předchůdci talentových soutěží

Konkurs (1963)

Za jeden z prvních ryze českých televizních projektů, který vykazoval charakteristiky typické pro moderní RTV, lze považovat první samostatný film Miloše Formana *Konkurs* (1963). Svou formou připomíná tento dvoudílný snímek současné talentové castingové soutěže, které dominovaly televizní zábavě počátkem nového tisíciletí – tedy o celých čtyřicet let později – do filmu byl totiž vložen záznam opravdového konkurzu na zpěváka do divadla Semafor.²³¹ „*Oba snímky působí autenticky jako čistý dokument, ačkoli jsou částečně hrané. Zobrazují skutečné, zcela průměrné lidi, kteří neučesaně mluví, tváří se přirozeně, jsou dojemní, ale i směšní,*“ uvádí se na oficiálních stránkách režiséra.²³²

Zpívá celá rodina (1975)

Souček považuje za fenomén televizní zábavy soutěžní pořad nazvaný *Zpívá celá rodina* České televize, který se na televizních obrazovkách objevil v roce 1975 a který byl typický tím, že spolu ve zpěvu soutěžily rodinné týmy složené ze zástupců různých generací.²³³ O tom, kdo získá ceny věnované do soutěže sponzory, rozhodovala porota, která jednotlivé soutěžící

²²⁸ SOUČEK, J., *Nové formáty v televizní tvorbě*, s. 123.

²²⁹ Šprťouchlata je český název pro australský pořad *Just Kidding!* z roku 1992.

²³⁰ ŠTROBLOVÁ, S., *Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa*, s. 103.

²³¹ SOUČEK, J., *Nové formáty v televizní tvorbě*, s. 123.

²³² FORMAN, Miloš. *Konkurs: O filmu*.

²³³ SOUČEK, J., *Nové formáty v televizní tvorbě*, s. 123.

bodovala. Po vzoru *Zpívá celá rodina* pak vznikaly i další soutěžní pořady jako *Rozjezdy pro hvězdy* (1997, Nova), *DO-RE-MI* (1998, Nova) nebo *Carusoshow* (1994, Prima). Tyto pořady můžeme považovat za první talentové reality show u nás, které se od těch novodobých liší především mnohem menší mírou interaktivity.

5.1.3 Interaktivní filmy a seriály

Přestože níže zmíněné interaktivní pořady spadají do kategorie fikční televizní zábavy vázané na předem připravený scénář, představují tyto filmy a seriály důležité a přelomové mezníky v historii interaktivní televize, které předznamenalý nástup dalších interaktivních forem, především tedy pořadů spadajících do kategorie RTV.

Kinoautomat (1967)

Za dalšího předchůdce RTV původem z ČR lze považovat audiovizuální počín uvedený v roce 1967 na výstavě EXPO v kanadském Montrealu, kde bylo v pavilonu Kinoautomat uvedeno představení s názvem *Člověk a jeho dům*. Přestože se jedná o hranou situační komedii spadající spíše do kategorie fikční televize, je *Člověk a jeho dům* považován za přelomový právě díky své interaktivní povaze, kdy diváci mohli hlasováním rozhodnout, jak bude děj pokračovat – respektive která předtočená verze bude následně promítána.²³⁴

*„Kinoautomat: Člověk a jeho dům je první interaktivní film na světě, ve kterém diváci mohou zasahovat do průběhu děje. Film se vždy v určitém napínavém momentě zastaví, na jevišti před plátno vyjde moderátor a vyzve diváky, aby pomocí dvou tlačítek ve většinovém hlasování rozhodli, jak bude příběh dále pokračovat.“*²³⁵

V letech 1971 až 1972 se film promítal v pražském kině Světozor, navzdory velkému úspěchu však byl *Kinoautomat* režimem zakázán a čeští diváci jej měli možnost zde znovu shlédnout až roku 2007.²³⁶

Rozpaky kuchaře Svatopluka (1985)

Interaktivní podobou *Kinoautomatu* se inspiroval také třináctidílný seriál České televize z roku 1985 *Rozpaky kuchaře Svatopluka*,²³⁷ který umožňoval divákům ve studiu i u televizních obrazovek během přímého přenosu hlasováním ovlivnit počínání hlavního hrdiny. Zatímco hlasování ve studiu probíhalo za použití speciálních elektronických přístrojů, diváci

²³⁴ ŠTROBLOVÁ, S., Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa, s. 105.>

²³⁵ O Kinoautomatu. *Kinoautomat*. <<http://www.kinoautomat.cz/o-kinoautomatu.htm>>

²³⁶ O Kinoautomatu. *Kinoautomat*. <<http://www.kinoautomat.cz/o-kinoautomatu.htm>>

²³⁷ ŠTROBLOVÁ, S., Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa, s. 105.

u televizních obrazovek vyjadřovali svou vůli zapnutím elektrického spotřebiče ve svých domácnostech – případné prokazatelné zvýšení spotřeby elektrického proudu bylo sledováno odborníkem v centrálním energetickém dispečinku – nebo za pomoci kamer, které sledovaly vybraná pražská sídliště.²³⁸ Repríza tohoto seriálu uvedená v roce 1998 již nabídla inovovanou interaktivitu založenou na hlasování po telefonu, která se velmi rychle ujala i mnoha dalších pořadů a reality show vysílaných po roce 2000.²³⁹

Hříchy pro pátera Knoxe (1992)

Z interaktivního módu těžil také detektivní seriál *Hříchy pro pátera Knoxe* (1992) inspirovaný povídkami Josefa Škvoreckého. Stejně jako v případě *Rozpaků kuchaře Svatopluka* byly jednotlivé díly vysílány živě, v tomto případě však diváci nerozhodovali o ději, ale prostřednictvím telefonu se mohli účastnit soutěže a tipovat kdo je vrahem a které z desatera příkázání o psaní detektivek bylo v právě vysílané epizodě porušeno – interaktivita tak zde nebyla tolik patrná a sloužila spíše jako doplněk, který měl povzbudit zájem diváků.²⁴⁰

5.1.4 Předchůdci sociálních experimentů

Experiment v Tišnově (1988)

Za předchůdce dnešních izolačních reality show můžeme považovat už první psychologické experimenty, u kterých byla přítomna kamera. V českých podmínkách patří mezi nejvýznamnější experiment v Tišnově (1988) známý také pod názvem *Štola 88*. Tento experiment pořádaný ruskou agenturou Interkosmos měl simulovat soužití skupiny lidí izolovaných v prostorách tišnovské štolky za účelem zkoumání dopadů na lidi v případě mise na Mars.²⁴¹ Účastníci experimentu byli zvenčí sledováni za pomoci kamer i odposlechových zařízení, přičemž plnili zadané úkoly a dle instrukcí si zapisovali své pocity a poznatky z pobytu ve štolce.²⁴²

Přestože tišnovský experiment disponuje mnoha rysy typickými pro sociální experimenty, které se na obrazovkách objevily o více než deset let později, liší se od nich především svým účelem – jednalo se o ryze vědecký projekt, který nebyl natáčen za účelem pobavení diváků a jako takový ani nebyl v televizi veřejně vysílán. Jak v rozhovoru pro časopis

²³⁸ BĚŤÁKOVÁ, E., Interaktivita v české televizní tvorbě 80. let, s. 22.

²³⁹ BĚŤÁKOVÁ, E., Interaktivita v české televizní tvorbě 80. let, s. 16.

²⁴⁰ FUKSOVÁ, R., Interaktivní televizní seriály České televize, s. 28.

²⁴¹ ŠTROBLOVÁ, S., Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa, s. 105.

²⁴² DOLEŽAL, J. X., Reality show: Experiment, nebo zábava?, <<http://www.reflex.cz/clanek/zpravy/46937/reality-show-experiment-nebo-zabava.html>>

Reflex uvádí jeden z účastníků experimentu: „*Když se ale zamyslím nad diskursem tehdejšího izolačního experimentu, můžu celkem kompetentně tvrdit, že nikoho tenkrát nenapadlo, že držet lidi před kamerou by mohla být zábava vysílatelná v televizi a zajímavíci národ.*“²⁴³

Hnízdečko lásky (1993)

Roku 1993 se v Praze odehrála jedna z prvních akcí, které můžeme poměřovat s dnešními reality show. Projekt nazvaný *Hnízdečko lásky* pořádaný rádiem Kiss 98 sliboval mladému manželskému páru finanční odměnu, pokud dva týdny svých líbánek prožijí ve výloze obchodního domu Kotva.²⁴⁴ Kolemjdoucí tak mohli zpěváka Josefa Melena s manželkou sledovat při běžných aktivitách všedního dne. Tato dosud nevídaná akce neproběhla bez povšimnutí veřejnosti a taktéž vzbudila zájem mohutný zájem médií.²⁴⁵ Přestože se jednalo spíše o promoakci zmíněného rádia sloužící k marketingovým účelům, Štroblová²⁴⁶ zmiňuje, že kritéria dnešních reality show splňuje především jeden z dalších přítomných prvků a to neustálý dohled kamer.

Jeden musí z kola ven (2001)

Pro účely marketingu bylo principu izolačních reality show užito rozhlasovou stanicí Kiss ještě jednou. V lednu 2001 se po vzoru již pořádané kampaně do výlohy obchodního domu ve Zlíně nechalo na dva týdny zavřít soutěžících celkem čtrnáct.²⁴⁷ Jak již název soutěže napovídá, každý den se kolektivním hlasováním rozhodlo o tom, kdo vypadne, a účastník, který zůstal jako poslední, si odnesl výhru čtvrt milionu korun. *Jeden musí z kola ven* se tak nechalo evidentně inspirovat v zahraničí již zavedenou soutěží *Big Brother*; prvky reality show byly u této akce ještě znatelnější. Krom toho, že byli účastníci soutěže vystaveni na odív kolemjdoucím a přihlížejícím, veškeré jejich počínání sledovaly dvě kamery, skrze které mohli diváci dění uvnitř sledovat přes internet a zároveň jim také bylo umožněno svými hlasy ovlivnit, kdo bude vyřazen.²⁴⁸

²⁴³ DOLEŽAL, J., Reality show: Experiment, nebo zábava?

²⁴⁴ ŠTROBLOVÁ, S., Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa, s. 106.

²⁴⁵ VACKOVÁ, K. Naše rádio je nejlepší! <<http://strategie.e15.cz/zpravy/nase-radio-je-nejlepsi-462359> >

²⁴⁶ ŠTROBLOVÁ, S., Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa, s. 106.

²⁴⁷ ŠTROBLOVÁ, S., Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa, s. 106.

²⁴⁸ KORZO. Dva týdny v teráriu vynesou vytrvalci čtvrt milionu, <http://revue.idnes.cz/dva-tydny-v-terariu-vynesou-vytrvalci-ctvrt-milionu-p05-/lidicky.aspx?c=A010126_162334_senzace_pet>

5.1.5 Filmové a časoběrné dokumenty

Manželské etudy (1987)

Své místo v historii české reality show má i unikátní časoběrný dokumentární snímek Heleny Třeštíkové nazvaný *Manželské etudy*. Tento životopisný cyklus natáčený v letech 1980-1986 si kladl za cíl zachytit v dlouhodobém horizontu osudy šesti mladých dvojic vstupujících do manželství. Přestože se jedná o dokumentární snímek, který nevznikal za účelem pobavení masového publika, právě pravidelná přítomnost televizních kamer, které se snažily věrně zachytit každodenní radosti i strasti sledovaných rodin, mu propůjčuje status jednoho z předchůdců reality show.²⁴⁹ Od nich se odlišuje jak již zmíněným primárně dokumentárním zaměřením, tak i vysílacím modelem plynoucím z jeho časoběrné povahy – na rozdíl od reality show, která těží z aktuálnosti a bezprostřednosti vysílaného materiálu, *Manželské etudy* se z logických důvodů vysílaly sestříhané až zpětně v roce 1987.

Český sen (2004)

V neposlední řadě je třeba také zmínit filmový snímek dvojice Vít Klusák a Filip Remunda,²⁵⁰ dokumentující vznik reklamní kampaně na neexistující supermarket *Český sen* a jeho následné „slavnostní otevření“. Fiktivní nákupní středisko lákalo zákazníky mystifikační kampaní na levné ceny, více než tři tisícovky lidí však v avizovaný den na letňanské louce našly pouze obří filmovou kulisu maskující se jako průčelí nového hypermarketu. Tvůrci dokumentu chtěli prostřednictvím tohoto projektu nechat obyčejné lidi nahlédnout do zákulisí marketingových a reklamních agentur a upozornit je na jejich praktiky.²⁵¹

Ač se jedná o celovečerní dokumentární film, který se v mnohých rysech se od RTV pořadů té doby liší, sami jeho tvůrci jej do této kategorie řadí a označují jej za filmovou reality show, v jejíchž hlavních rolích jsou sami obyvatelé České republiky.²⁵² Přítomnost kamer, snaha o zprostředkování reality (byť do velké míry zmanipulované), angažování neherců (byť nevědomých) kteří se neдрží scénáře; to vše z Českého snu opravdu činí novodobou reality show. Souček dokonce pro takovéto pořady v rámci RTV vydělil samostatnou kategorii nazvanou „hoax“: „*Tento typ je založen na mystifikaci jednoho nebo více účinkujících, zatímco ostatní (většinou herci) „znají skutečný záměr...“*²⁵³

²⁴⁹ ŠTROBLOVÁ, S., Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa, s. 105.

²⁵⁰ Vít Klusák i Filip Remunda byli oba studenty pražské FAMU.

²⁵¹ ČESKÁ TELEVIZE. Český sen: První česká filmová reality show.

²⁵² ČESKÁ TELEVIZE. Český sen: První česká filmová reality show.

²⁵³ SOUČEK, J., Nové formáty v televizní tvorbě, s. 123.

5.2 Novodobé reality show (po roce 2000)

5.2.1 Gameshow

Novodobé reality show se do České republiky oproti zbytku Evropy dostaly s určitým zpožděním; české televizní kanály v té době podle Štětky spíše upřednostňovaly domácí fikční a zábavní pořady, případně latinskoamerické telenovely a soap opery.²⁵⁴ Za první globální televizní formát, který se v ČR dostal do hlavního vysílacího času považuje soutěžní show *Chcete být milionářem?*, která se obrazovkách objevila v roce 2000.

Tento formát – typický zástupce žánru gameshow – nenabízí tolik žádanou interaktivitu ani bezprostřednost přímých přenosů, ale těží především z napínavých situací, které ještě umocňují dramatická hudba a osvětlení ve studiu, které se po vzoru originálu v nezměněné podobě vyskytují i v ostatních lokalizovaných verzích. Realističnost a zároveň diváckou atraktivitu zde konstituuje účast obyčejných lidí, kteří mohou během krátké chvíle získat milionovou²⁵⁵ výhru, a také přítomné publikum, které mu může v případě, že využije nápovědy, poradit. Přítomnost kamer, které se soustřeďují na jednoho jediného soutěžícího prožívajícího veskrze stresující a dramatické okamžiky divákům umožňuje prožívat je s ním. *Chcete být milionářem?* jim zároveň nabízí intelektuálně laděnou podívanou, při které nemusí být jen pasivními diváky, ale můžou se nanečisto zapojit do hry a tipovat spolu se soutěžícími – určitý pseudo-interaktivní ráz tomuto soutěžnímu formátu tedy nelze upřít.

5.2.2 Talentové soutěže

Souček²⁵⁶ považuje za první novodobou reality show vysílanou v ČR, která předznamenala budoucí raketový vzestup RTV, soutěž *Česko hledá Superstar* (2004, Nova) z kategorie talentových soutěží vycházející z britského formátu *Pop Idol*. O jeho úspěchu svědčí i uvedení dalších řad i v letech 2005 a 2006 a nadnárodní mutace produkované pod názvem *Česko Slovenská Superstar*²⁵⁷ ve spolupráci se slovenskou televizí Markíza, které se odvysílaly již tři sezóny (2009, 2011, 2013).

Toto spojení dvou původně národních verzí do jedné, paralelně vysílané ve dvou státech, s sebou přineslo jak snížení nákladů tak i vyšší sledovanost. Nadnárodní spolupráce

²⁵⁴ ŠTĚTKA, V., *An Idol Against His Will?*, s. 83-96.

²⁵⁵ Velikost peněžité výhry se liší v závislosti na měně dané země, která původní formát upravuje pro své potřeby. Hlavní výhra se většinou pohybuje v řádu milionů.

²⁵⁶ SOUČEK, J., *Nové formáty v televizní tvorbě*, s. 124.

²⁵⁷ SOUČEK, J., *Nové formáty v televizní tvorbě*, s. 124.

v rámci bývalého Československa se tak stala jedním z typických rysů českých²⁵⁸ talentových soutěží, který pro jejich producenty nadále zůstává atraktivní – stejného modelu se drží i další verze talentových formátů: *Talentmania* (2010, Nova), čtyři ročníky *Česko Slovensko má talent* (2010-2013, Prima) a *Hlas Československa* (2012, 2014, Nova). Hledání talentů tak splňuje parametry RTV ve všech hlavních bodech: účast obyčejných lidí vybraných na základě castingu, interaktivní vyřazovací mód, přítomnost kamer u autentických situací, živé přenosy a hodnotná výhra. První řada *Česko Slovenské Superstar* s sebou přinesla i novinku v podobě společného soužití finalistů za přítomnosti kamer, čímž se přiblížila podstatě kontejnerových formátů.

5.2.3 Kontejnerové reality show

Na podzim roku 2005 se na komerčních stanicích poněkud opožděně objevily první kontejnerové reality show. Fakt, že se tomu tak nestalo dříve, Štětka vysvětluje obavou managementu z finanční návratnosti těchto projektů, jejichž úspěchem si u českého publika, které považovali za konzervativní, nebyli jisti.²⁵⁹ Stanice TV Prima však s reality show *Vyvolení* slavila nevídaný úspěch a tím, že jej nasadila o celé dva týdny dříve, než TV Nova konkurenční formát *Big Brother*, si zajistila dominantní místo na trhu.²⁶⁰ *Vyvolení* podle maďarské předlohy *Való Világ*, jsou typickou izolační reality show, ve které společně skupina lidí žije v jednom domě pod neustálým dohledem kamer a mikrofonů. Během svého pobytu ve vile musí plnit zadané úkoly a každý týden proběhne vyřazovací kolo, kdy je na základě nominací soutěžících diváckým hlasováním jeden z nich vyloučen. Ten, kdo ve vile zůstane jako poslední, získá milionovou výhru.²⁶¹

Prvky RTV jsou u tohoto formátu zcela patrné; najdeme zde neustálý dohled kamer, izolaci malé skupiny lidí, kteří nesmí komunikovat s okolním světem, herní mód postavený na vzájemném vyřazování i hlasování diváků, kteří sami rozhodují, kdo bude v soutěži pokračovat a aktivně se tak podílejí na podobě budoucího „scénáře“. To vše ještě umocňuje vysílání denních sestřihů, časté živé vstupy a možnost sledovat dění uvnitř v reálném čase prostřednictvím internetu.

²⁵⁸ Stejný model je preferován také v jiných částech světa: v Africe, Latinské Americe nebo na Balkáně.

²⁵⁹ ŠTĚTKA, V., *An Idol Against His Will?*, s. 83-96.

²⁶⁰ ŠTĚTKA, V., *An Idol Against His Will?*, s. 83-96.

²⁶¹ Výherce první řady *Vyvolných* získal výhru v celkové hodnotě 11 milionů korun.

5.2.4 Trauma TV

Po vzoru americké policejní reality show *Cops* vznikl v roce pořad *112 – V ohrožení života* (2006, Nova), slibující „...*nikdy nezveřejněné záběry záchranářů v akci. Skutečné příběhy na prahu života a smrti.*“²⁶² Každý díl asi třicetiminutového pořadu se vždy v několika reportážích věnuje událostem s kriminální tematikou a snaží se divákům přiblížit práci policistů, záchranářů, hasičů a jiných členů záchranných složek. Pozornost je věnována jak aktuálním zločinům a krizovým událostem tak i již vyřešeným případům. Pořadem provází moderátor, který události komentuje a v jednotlivých reportážích se střídají autentické záběry natočené samotnými příslušníky bezpečnostních složek, záběry z průmyslových kamer, rekonstrukce, ilustrační záběry ale také výpovědi svědků, zdravotníků a vyšetřovatelů. Jedná se tedy o ukázkový příklad reality show spadající do kategorie trauma TV, ve které se kombinuje užití autentických materiálů spolu s prvky zpravodajských žánrů.

5.2.5 Lifestyle a makeover

Typickým příkladem lifestylového pořadu v českém prostředí je *Vpadáš skvěle!* (2005) vysílaný Českou televizí. Tato přibližně osmnáctiminutová reality show zájemcům nabízí proměnu vzhledu pod dohledem profesionálního týmu stylistů a vizážistů. Takzvaný „hvězdný tým“ se účastnicím snaží splnit jejich přání od změny účesu, přes líčení až k pomoci s výběrem nového šatníku. Jednotlivé fáze jejich proměny jsou komentovány trojicí celebrit, které úspěšnost dosavadních úprav hodnotí. Natáčení se účastní také přátelé a rodina účastnic, kteří proměnu vidí, až když je hotova, a tak mohou být zachyceny jejich autentické reakce. Sami účastníci proměny před kamerami poodhalují své soukromí a prozrazují, co je k přihlášení do pořadu vedlo, jak tráví svůj volný čas nebo jak o svůj vzhled pečovali doposud. Každá epizoda je také doplněna krátkým sestřihem, během něhož dva členové týmu nabízejí bleskovou proměnu účesu někomu přímo na ulici. Tato improvizace, při které se pořadu neplánovaně účastní náhodně vybraní kolemjdoucí, tak představuje další reality prvek.

5.2.6 Životní experimenty

Do kategorie životních experimentů patří mimo jiné také pořad České televize *Pošta pro tebe* (2005), původem ze Slovenska. Jeho podstatou je snaha zprostředkovat lidem setkání s někým, s kým ztratili kontakt nebo se s ním dlouho neviděli. Hosté pořadu takto pátrající po svých blízkých vždy v úvodním rozhovoru s moderátorkou vysvětlí svou situaci, čímž odhalují

²⁶² NOVA. 112 - V Ohrožení života. < <http://voyo.nova.cz/product/zpravy/16391-112-19-1-2010>>

své soukromí a mnohdy pohnutý osud. Jimi hledané osoby, pakliže přijmou pozvání do studia, se dozví až na místě, kdo si je pozval, a mají na výběr, zda svolí k setkání tváří v tvář. To vše se děje v televizním studiu za přítomnosti živého publika a kamer. „*Základem pořadu jsou emoce skryté v neopakovatelných lidských osudech, vyvolávající slzy dojetí nejen u diváků ve studiu a u obrazovek, ale i u samotných účastníků,*“ píše na oficiálních stránkách České televize, která *Poštu pro tebe* prezentuje jako zábavný pořad pro celou rodinu spojující talk show s prvky žánru RTV.²⁶³

5.2.7 Hledání partnera

Hledání partnera bylo základní premisou reality show *Vem si mě!* uvedené na TV Nova roku 2007. Jedná se o lokalizovanou verzi americké reality show *The Bachelor*, které se vysílá již od roku 2002. Dvacet dívek, které vzešly z castingu, zde soutěží o přízeň milionáře Michala Červína. Soutěžící tak pod dohledem kamer s mužem tráví čas a během společných aktivit a romantických schůzek se s ním snaží poznat. Na základě vzájemných sympatií se pak on na konci každé z epizod při takzvaném obřadu růží rozhodne, které z nich vyřadí. Je zde také přítomen výrazný prvek kontejnerových reality show, dívky totiž po dobu soutěže bydlí ve společném domě, kde jejich volný čas a vzájemné interakce sledují kamery. S blížícím se koncem soutěže také dívky milionáři čím dál více odhalují své soukromí a poslední fázi soutěže dokonce potenciální páry vzájemně poznávají své rodiny. Vzhledem k tomu, že si dívky během soutěže užívají exotických dovolených a nevšedních zážitků, vyzdvihuje Štroblová u tohoto formátu krom romantické také dobrodružnou složku.²⁶⁴

5.2.8 Celebrity Show

Typickým zástupcem celebrity show v ČR je reality show České televize *Star Dance ...když hvězdy tančí* (2007) vycházející z britské televizní show *Strictly Come Dancing*.²⁶⁵ Soutěžní páry tvořené vždy jednou celebritou a profesionálním tanečníkem každý týden nacvičí zadané tance, které předvedou v přímém přenosu. Pár, který dostane od odborné poroty a prostřednictvím diváckého hlasování nejméně bodů, je ze soutěže vyřazen. Tento formát je krom účasti známých sportovců, moderátorů, zpěváků a herců atraktivní svou interaktivní soutěžní povahou. Od obdobných talentových soutěží se pak liší především atmosférou a provedením, motivací účastníků totiž není ani touha po slávě, ani po peněžní výhře.

²⁶³ ČESKÁ TELEVIZE. Pošta pro tebe: O pořadu. <<http://www.ceskatelevize.cz/porady/10079901208>>

²⁶⁴ ŠTROBLOVÁ, S., Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa, s. 108.

²⁶⁵ ŠTROBLOVÁ, S., Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa, s. 107.

5.2.9 Hledání práce

Do kategorie pořadů, pro které je společným tématem hledání práce patří pořad České televize *Den D* (2009), lokalizovaná verze britského formátu *Dragon's Den*. Účastníky pořadu jsou začínající podnikatelé, kteří se během prezentace snaží přesvědčit přítomné investory, aby výměnou za podíl v jejich podnikání do něj investovali. Pakliže svůj projekt obhájí a investory zaujmou, mohou od nich získat investici až do výše 1,5 milionu.²⁶⁶ Specifický je tento formát především tím, že sama televize se na financování projektů nijak nepodílí a vždy tak záleží jen na přítomných investorech, s kým se rozhodnou spolupracovat a v jakém rozsahu – vše tak probíhá velmi realisticky a na rozdíl od gameshow pořadů zde nemusí být jen jeden výherce. ČT se pro tento formát rozhodla z toho důvodu, že na českých televizních stanicích dosud tento druh aktuální televizní zábavy zcela chyběl.²⁶⁷ „Formát *Den D* byl vybrán pro inovaci vysílacího schématu ČT1 především díky zjevnému veřejnoprávnímu přesahu od zábavnosti k zachycení reálných pravidel podnikání a investování. Samotný formát však v sobě skrývá i celou řadu vlastních pravidel, která mají podpořit jeho atraktivitu pro diváka – co do zábavných prvků i přinášení nových znalostí a zkušeností.“²⁶⁸

5.2.10 Docusoap

Typickou docusoap je pořad *Čtyři v tom* (2013, ČT) který soustavně sleduje osudy čtyř nastávajících matek několik měsíců před i po porodu. Tento dokumentární seriál nechává nahlédnout do soukromí těhotných žen z různých sociálních prostředí, které byly vybrány tak, aby byly jejich příběhy co možná nejkontrastnější. Kamery protagonistky sledují při běžných aktivitách od návštěvy lékaře, přes vybírání kočárku až k porodu, přičemž jejich příběhy se v rámci jednoho dílu střídají v několikaminutových prostřizích. Voice-over je zde omezen na minimum a diváky do děje většinou uvádějí samy protagonistky, jen občas jim konkrétní otázky kladou samy tvůrkyňe dokumentu. „...dokumentární seriál zobrazuje skutečné postavy, ale je koncipován jako hraný v tom smyslu, že situace, zápletky a vývoj vztahů mezi postavami se dopředu promýšlejí.“²⁶⁹ Reálnou složku představují také domácí videa natočená samotnými protagonistkami. Protože natáčení a na rozdíl od *Manželských etud* trvalo pouze devět měsíců a v televizi se seriál objevil nedlouho poté, došlo tak k posílení bezprostřednosti a aktuálnosti.

²⁶⁶ V třetí a čtvrté řadě se dokonce jednalo o investice až do výše 3 milionů.

²⁶⁷ SOUČEK, J., *Nové formáty v televizní tvorbě*, s. 130.

²⁶⁸ SOUČEK, J., *Nové formáty v televizní tvorbě*, s. 134.

²⁶⁹ ČESKÁ TELEVIZE. *Čtyři v tom: O seriálu*. <<http://www.ceskatelevize.cz/porady/10397777701>>

6 ZÁVĚR

Žánr reality TV, u nás známý především jako reality show, je bezesporu výrazným prvkem formujícím podobu současné televizní zábavy. Jedná se o fenomén, který svou variabilitou a otevřeností jiným televizním formám nabízí něco dosud nevídaného. Cílem této práce bylo nejen popsat jeho vznik a vývoj, ale především poukázat na to, že se nejedná jen o tendenční zábavu posledních let reprezentovanou kontejnerovými projekty typu *Big Brother* nebo exhibicí talentovaných jedinců, která ovládla televizní obrazovky v posledních letech, ale že prvopočátky tohoto žánru sahají až do 50. let minulého století, kdy se zrodila televize a s ní skrytá kamera. Vývoj tohoto žánru šel ruku v ruce s proměnami společnosti, mediální krajiny i diváckého vkusu a odrážel také vývoj záznamových, vysílacích i komunikačních technologií. RTV současně dokládá postupnou konvergenci médií a globalizaci nejen televizního obsahu. Jedná se o vysoce hybridizovaný a dynamický žánr s mnoha přesahy, který se vyvíjel po boku dokumentárních i zpravodajských pořadů. Přestože jej z těchto důvodů není jednoduché jednoznačně definovat, podařilo se nám identifikovat jeho hlavní charakteristiky a rysy i základní subžánry a zasadit je do historického kontextu.

Průnik RTV do České republiky probíhal pozvolna a dá se říci, že kopíroval globální vývoj toho žánru. Za významné lze považovat brzký vznik prvních interaktivních televizních forem (60. léta) a také předchůdců prvních sociálních experimentů za přítomnosti kamer a mikrofonů (přelom 80. a 90. let). Novodobé reality show a především izolační show se do ČR dostaly s mírným zpožděním, současně však můžeme konstatovat, že z hlediska zastoupení jednotlivých subžánrů lze v českém prostředí najít všechny ze zmiňovaných.

Přínos této práce spočívá především v přispění k porozumění problematice reality TV, jakožto k tématu, které zůstává v rámci česky psané odborné literatury dosud z velké míry neprobádané. Právě proto, že se jedná o velmi aktuální a zároveň komplexní problematiku, představuje tato práce základní sumu poznatků, které by měly přispět k budoucímu bádání na toto téma. V žádném případě by se však práce na téma reality TV neměly uzavírat před poznatky jiných oborů, než jen mediálních či filmových studií, neboť jak píše Dovey: „*Abychom fenomén reality TV pochopili, musíme se oprostit od zažité formule zkoumání produkce, textu a publika a podívat se na něj z pohledu sociologie a ekonomie a následně o těchto pořadech přemýšlet jako o kultuře.*“²⁷⁰

²⁷⁰ DOVEY, J., *Freakshow*, s. 100. (vlastní překlad)

Seznam použité literatury

BARTOŠEK, Jaroslav. *Základy žurnalistiky*. Vyd. 1. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 2002, 108 s. ISBN 80-731-8059-6.

BBC. Channel 4 defends corpse 'makeover'. In: *BBC NEWS: Entertainment* [online]. 2002 [cit. 2014-11-29]. Dostupné z: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/entertainment/2280365.stm>

BELL, David a Joanne HOLLOWES. *Historicizing lifestyle: Mediating taste, Consumption and Identity from the 1900s to 1970s*. Burlington, VT: Ashgate, 2006. ISBN 07-546-4441-3.

BĚŤÁKOVÁ, Eva. *Interaktivita v české televizní tvorbě 80. let: seriál Rozpaky kuchaře Svatopluka* [online]. 2011 [cit. 2014-11-12]. Bakalářská práce. Masarykova univerzita, Filozofická fakulta. Vedoucí práce Marika Kupková. Dostupné z: http://is.muni.cz/th/342476/ff_b/.

BIELBY, Denise D a C. Lee HARRINGTON. *Global TV: Exporting Television and Culture in the World Market*. New York: New York University Press, 2008, xv, 259 p. ISBN 08-147-9942-6.

BILTEREYST, Daniel. Media audiences and the game of controversy. *Journal of Media Practice* [online]. 2004, vol. 5, issue 1, s. 7-24 [cit. 2014-10-30]. DOI: 10.1386/jmpr.5.1.7/0. Dostupné z: EBSCOhost

BLAIR, Jennifer L. Surviving reality TV: The ultimate challenge for reality show contestants. *Loyola of Los Angeles Entertainment Law Review* [online]. 2011, vol. 31, issue 1, s. 1-25 [cit. 2014-11-09]. Dostupné z: EBSCOhost

BONDEBJERG. Ib, The Mediation of Everyday Life. Genre, Discourse, and Spectacle in Reality TV. In JERSLEV, Anne. *Realism and "Reality" in Film and Media*. Copenhagen: Museum Tusulanum Press, University of Copenhagen, 2002, s. 159-192 ISBN 8772897163.

BONNER, Frances. *Ordinary television: Analyzing Popular TV*. Thousand Oaks: Sage, 2003. ISBN 978-080-3975-712.

BOYLE, Raymond a Maggie MAGOR. A nation of entrepreneurs? Television, social change and the rise of the entrepreneur. *International Journal of Media* [online]. 2008, vol. 4, issue 2, s. 125-144 [cit. 2014-11-28]. DOI: 10.1386/macp.4.2.125_1. Dostupné z: EBSCOhost

BOYLE, Raymond. a L. W. KELLY. Commentary: Television, business entertainment, and civic culture. *Television and New Media* [online]. 2013, vol. 14, issue 1, 62 - 70 [cit. 2014-11-08]. DOI: 10.1177/1527476411435420. Dostupné z: EBSCOhost

BUTLER, Jeremy G. *Television critical methods and applications*. 2nd ed. Mahwah, N.J.: L. Erlbaum, 2002. ISBN 978-058-5385-655.

CANDID CAMERA. About Candid Camera. *Candid Camera* [online]. [2014] [cit. 2014-11-29]. Dostupné z: <http://www.candidcamera.com/cc2/cc2a.html>

CASEY, Bernadette. *Television studies: the key concepts*. New York: Routledge, 2002, xii, 291 p. ISBN 04-151-7237-3.

COULDRY, Nick. Teaching us to fake it: the ritualized norms of television's "reality" games. In: MURRAY, Susan and OUELLETTE, Laurie, (eds.) *Reality Tv: Remaking Television Culture*. New York: University Press, 2004, pp. 57-74. ISBN 0814756883.

ČESKÁ TELEVIZE. Český sen: První česká filmová reality show. *Česká televize* [online]. 2004 [cit. 2014-11-29]. Dostupné z: http://www.ceskatelevize.cz/specialy/ceskysen/index.php?load=ofilmu_idea

ČESKÁ TELEVIZE. Čtyři v tom: O seriálu. *Česká televize* [online]. [2013] [cit. 2014-11-29]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/10397777701-ctyri-v-tom/6483-o-serialu/>

ČESKÁ TELEVIZE. Pošta pro tebe: O pořadu. *Česká televize* [online]. [2014] [cit. 2014-11-29]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/10079901208-posta-pro-tebe/1073-o-poradu>

DOLEŽAL, Jiří X. Reality show: Experiment, nebo zábava?. In: *REFLEX* [online]. 2012 [cit. 2014-11-29]. Dostupné z: <http://www.reflex.cz/clanek/zpravy/46937/reality-show-experiment-nebo-zabava.html>

DOVEY, Jon. *Freakshow: First Person Media and Factual Television*. Sterling, Va.: Pluto Press, 2000, viii, 197 p. ISBN 07-453-1450-3.

EDGERTON, Gary a Brian ROSE. *Thinking outside the box: A Contemporary Television Genre Reader*. Lexington, Ky: University Press of Kentucky, 2008. ISBN 08-131-9194-7.

ESSER, Andrea. The format business: Franchising television content. *International Journal of Digital Television* [online]. 2013, vol. 4, issue 2, s. 141-158 [cit. 2014-09-03]. DOI: 10.1386/jdtv.4.2.141_1. Dostupné z: EBSCOhost

FORMAN, Miloš. Konkurs: O filmu. *Oficiální web Miloše Formana* [online]. [2014] [cit. 2014-11-29]. Dostupné z: <http://milosforman.com/cz/movies/konkurs>

FUKSOVÁ, Radka. *Interaktivní televizní seriály České televize: Rozpaky kuchaře Svatopluka a Hříchy pro pátera Knoxe* [online]. 2011 [cit. 2014-11-12]. Bakalářská práce. Masarykova univerzita, Filozofická fakulta. Vedoucí práce Marika Kupková. Dostupné z: http://is.muni.cz/th/263551/ff_b/.

FULLER, Simon. Simon Fuller on how 'Idol' began. *Variety* [online]. 2011 [cit. 2014-11-08]. Dostupné z: <http://variety.com/2011/tv/news/simon-fuller-on-how-idol-began-2-1118037190/>

HILL, Annette. *Reality TV: audiences and popular factual television*. London: Routledge, 2005. ISBN 02-033-3715-8.

HILL, Annette, Lennart WEIBULL a Åsa NILSSON. Public and Popular: British and Swedish Audience Trends in Factual and Reality Television. *Cultural Trends* [online]. 2007, vol. 16, issue 1, s. 17-41 [cit. 2014-10-01]. DOI: 10.1080/09548960601106920. Dostupné z: EBSCOhost

CHALABY, Jean K. Reflection i: Transnational TV Formats. *Critical Studies in Television* [online]. 2013, vol. 8, issue 2, s. 54-56 [cit. 2014-11-08]. DOI: 10.7227/CST.8.2.5. Dostupné z: EBSCOhost

JERMYN, Deborah a Su HOLMES. The Audience is Dead; Long Live the Audience!: Interactivity, 'Telephilia' and the Contemporary Television Audience. *Critical Studies in Television* [online]. 2006, vol. 1, issue 1, s. 49-57 [cit. 2014-10-10]. Dostupné z: EBSCOhost

KILBORN, Richard, Matthew HIBBERD a Raymond BOYLE. The rise of the docusoap: the case of Vets in Practice. *Screen* [online]. 2001, vol. 42, issue 4, s. 382-395 [cit. 2014-09-27]. Dostupné z: EBSCOhost

KIM, L. S. The Performance of Multicultural Identity in US Network Television: Shiny, Happy Popstars (Holding Hands). *Emergences: Journal for the Study of Media* [online]. 2001, vol. 11, issue 2, s. 287-307 [cit. 2014-10-14]. DOI: 10.1080/10457220120099008. Dostupné z: EBSCOhost

KORDA, Jakub. *Úvod do studia televize. 1. vyd.* Olomouc: Univerzita Palackého, 2005, 77 s. ISBN 80-244-1135-0.

KORDA, Jakub. *Úvod do studia televize 2: Faktuální televize a její žánry. 1. vyd.* Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2013, 63 s. ISBN 978-80-244-3611-1.

KORZO. Dva týdny v teráriu vynesou vytrvalci čtvrt milionu. In: *IDNES.cz: Revue* [online]. 2001 [cit. 2014-11-29]. Dostupné z: http://revue.idnes.cz/dva-tydny-v-terariu-vynesou-vytrvalci-ctvrt-milionu-p05-/lidicky.aspx?c=A010126_162334_senzace_pet

LANGLEY PRODUCTIONS. COPS: About Us. *COPS* [online]. ©2014 [cit. 2014-11-30]. Dostupné z: <http://www.cops.com/about-us/>

LEE-WRIGHT, Peter. *The documentary handbook*. New York: Routledge, 2010, viii, 422 p. ISBN 02-038-6719-X.

LIFETIME (TV network). Unsolved: About. *Unsolved* [online]. © 2014 [cit. 2014-11-29]. Dostupné z: <http://unsolved.com/about>

LUTKEHAUS, Nancy C. *Margaret Mead: the making of an American icon*. Princeton: Princeton University Press, 2008. ISBN 06-910-0941-4.

MATHESON, Sarah A. "The Cultural Politics of Wife Swap: Taste, Lifestyle Media, and the American Family." *Film* [online]. 2007, vol. 37, issue 2, s. 33-47 [cit. 2014-10-19]. Dostupné z: EBSCOhost

MATHIJS, Ernest a Janet JONES. *Big Brother international: Formats, Critics and Publics*. London: Wallflower Press, 2004. ISBN 978-190-4764-182.

MIKULÁŠ, Peter. Pattern and final text in factual television: (an analysis of relationship between TV format and TV program). *Kultura, Media, Teologia*, [online]. 2012, 11: 55-66. Dostupné z: http://kmt.uksw.edu.pl/media/pdf/kmt_2012_11_mikulas.pdf

MORAN, Albert a Justin MALBON. *Understanding the global TV format*. Bristol, UK: Intellect, 2006. ISBN 18-415-0931-0.

MOSELEY, Rachel. Makeover takeover on British television. *Screen* [online]. 2000, vol. 41, issue 3, s. 299-314 [cit. 2014-10-05]. Dostupné z: EBSCOhost

NICHOLS, Bill. *Blurred boundaries: questions of meaning in contemporary culture*. Bloomington: Indiana University Press, c1994, xvii, 187 p. ISBN 02-532-0900-5.

NICHOLS, Bill. *Introduction to Documentary*. Bloomington, Ind.: Indiana University Press, 2001, xviii, 223 p. ISBN 02-532-1469-6.

NOVA. 112 - V Ohrožení života: 19. 1. 2010. *VOYO* [online]. 2010 [cit. 2014-11-29]. Dostupné z: <http://voyo.nova.cz/product/zpravy/16391-112-19-1-2010>

O Kinoautomatu. *Kinoautomat* [online]. © 2010 [cit. 2014-11-30]. Dostupné z: <http://www.kinoautomat.cz/o-kinoautomatu.htm>

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

PAPACHARISSI, Zizi a Andrew L. MENDELSON. An Exploratory Study of Reality Appeal: Uses and Gratifications of Reality TV Shows. *Journal of Broadcasting* [online]. 2007, vol. 51, issue 2, s. 355-370 [cit. 2014-10-24]. Dostupné z: EBSCOhost

PEČIULIS, Žyngintas. Reality Style on Television: Reflection of the Public's Transformation. *Informacijos Mokslai / Information Sciences* [online]. 2009, vol. 48, s. 82-99 [cit. 2014-10-26]. Dostupné z: EBSCOhost

PIPER, Helen. Reality TV, Wife Swap and the drama of banality. *Screen* [online]. 2004, vol. 45, issue 4, s. 273-286 [cit. 2014-10-16]. Dostupné z: EBSCOhost

POSTMAN, Neil. *Ubavit se k smrti: veřejná komunikace ve věku zábavy*. 2., opr. vyd. Praha: Mladá fronta, 2010, 204 s. ISBN 978-802-0422-064.

REIFOVÁ, Irena. *Slovník mediální komunikace*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2004, 327 s. ISBN 80-717-8926-7.

RUOFF, Jeffrey. "Can a Documentary Be Made of Real Life?". In CRAWFORD, P. a HAFSTEINSSON, S. (ed.). *The construction of the viewer: Media Ethnography and the Anthropology of Audiences*. Denmark: Intervention Press, 1996, s. 270-296. ISBN 8789825063.

RUOFF, Jeffrey. *An American family: A Televised Life*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2002, xxv, 163 p. ISBN 08-166-3561-7.

SERPE, N. Reality Pawns: The New Money TV. *DISSENT* [online]. 2013, vol. 60, issue 3, s. 13-18 [cit. 2014-10-05]. Dostupné z: EBSCOhost

SOUČEK, Jan. Nové formáty v televizní tvorbě. In: MOTAL, Jan et al. *Nové trendy v médiích*. Vyd. 1. Brno: Masarykova univerzita, 2012, s. 121-139. ISBN 978-802-1058-392.

ŠTĚTKA, Václav. An Idol Against His Will? Ethnicity and Cultural Inclusion in the Czech Search for Superstar. In *Adapting Idols: Authenticity, Identity and Performance in a Global Television Format*. Farnham: Ashgate, 2012. s. 83-96, 13 s. ISBN 978-1-4094-4169-4.

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

TAMER, Christine. Toddlers, Tiaras, and Pedophilia? The "Borderline Child Pornography" Embraced by the American Public. *Texas Review of Entertainment* [online]. 2011, vol. 13, issue 1, s. 85-101 [cit. 2014-11-30]. Dostupné z: EBSCOhost

THE NATIONAL FILM AND SOUND ARCHIVE. Popstars: Title Details. *NFSA* [online]. [2000] [cit. 2014-11-29]. Dostupné z: <http://colsearch.nfsa.afc.gov.au>

THOMPSON, Robert. Reality and the future of television. *Television quarterly* [online]. 2001, vol. 31, issue 4, s. 20-25 [cit. 2014-10-21]. Dostupné z: EBSCOhost

VACKOVÁ, Kristina. Naše rádio je nejlepší!. In: *STRATEGIE.cz* [online]. 2007 [cit. 2014-11-29]. Dostupné z: <http://strategie.e15.cz/zpravy/nase-radio-je-nejlepsi-462359>

WAISBORD, Silvio. McTV: Understanding the Global Popularity of Television Formats. *Television* [online]. 2004, vol. 5, issue 4, s. 359-383 [cit. 2014-10-12]. Dostupné z: EBSCOhost

WNET. An American Family: About. Thirteen [online]. ©2014 [cit. 2014-11-30]. Dostupné z: <http://www.thirteen.org/american-family/about/>

ZURBRIGGEN, Eileen L. a Elizabeth M. MORGAN. Who Wants to Marry a Millionaire? Reality Dating Television Programs, Attitudes Toward Sex, and Sexual Behaviors. *Sex Roles* [online]. 2006, vol. 54, 1/2, s. 1-17 [cit. 2014-11-15]. DOI: 10.1007/s11199-005-8865-2. Dostupné z: EBSCOhost