**Univerzita Palackého v Olomouci**

**Filozofická fakulta**

**BAKALÁŘSKÁ PRÁCE**

**2025** **Eva Nývltová**

Univerzita Palackého v Olomouci

Filozofická fakulta

Bakalářská práce

**Motivace účastníků hospodských kvízů ke sledování kvízových televizních pořadů**

Eva Nývltová

**Katedra mediálních a kulturálních studií a žurnalistiky**

Vedoucí práce: Mgr. Jakub Ketman

Studijní program: Žurnalistika/Filmová studia

Olomouc 2025

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma Motivace účastníků hospodských kvízů ke sledování kvízových televizních pořadů vypracovala samostatně za použití v práci uvedených pramenů a literatury. Dále prohlašuji, že tato bakalářská práce nebyla využita k získání jiného nebo stejného titulu.

V Olomouci dne ………………..

podpis

Mé poděkování patří především vedoucímu mé bakalářské práce Mgr. Jakubu Ketmanovi za jeho cenné rady, trpělivost a podporu během celého výzkumného procesu. Velký dík si zaslouží také má rodina a nejbližší přátelé, kteří mi byli oporou a dokázali rozjasnit i ty nejtěžší chvíle studia. V neposlední řadě děkuji všem respondentům z řad účastníků hospodských kvízů za jejich ochotu, zájem a zápal pro kvízové otázky a dotazníková šetření.

**Abstrakt**

Tato bakalářská práce se zabývá motivacemi účastníků hospodských kvízů ke sledování televizních kvízových pořadů. Výzkum je teoreticky ukotven v rámci teorie užití a uspokojení (Uses and Gratifications Theory), která předpokládá aktivní roli publika při výběru mediálního obsahu. Cílem práce je zmapovat způsoby, jakými účastníci kvízů televizní pořady konzumují, jaké funkce jim přisuzují a zda informace z těchto pořadů využívají ve svém každodenním životě, především v kontextu účasti na kvízech. Výzkum využívá kombinaci kvalitativních polostrukturovaných rozhovorů a kvantitativního dotazníkového šetření. Práce přináší poznatky o specifické skupině diváků a nabízí vhled do jejich mediálních návyků, motivací a preferencí, přičemž zohledňuje i širší kulturní a sociální kontext konzumace mediálních soutěžních formátů.

**Klíčová slova**

Televizní kvízové pořady, hospodské kvízy, motivace publika, teorie užití a uspokojení, mediální konzumace, aktivní publikum, mediální zábava, zpravodajství, kvantitativní dotazník, polostrukturovaný rozhovor

**Abstract**

This bachelor’s thesis explores the motivations of pub quiz participants for watching television quiz shows. The research is grounded in the Uses and Gratifications Theory, which assumes an active audience selecting media content based on individual needs and preferences. The aim of the study is to examine how pub quiz participants consume quiz shows, what functions they attribute to them, and whether the knowledge gained from these programs is applied in real-life contexts, especially within the framework of quiz competitions. The research employs a mixed-methods approach, combining qualitative semi-structured interviews with a quantitative survey. The thesis provides insights into the media habits, motivations, and preferences of a specific audience group, while also considering the broader social and cultural context of media-based knowledge competitions.

**Keywords:**

Television quiz shows, pub quizzes, audience motivation, uses and gratifications theory, media consumption, active audience, media entertainment, news media, quantitative questionnaire, semi-structured interview

Obsah

ÚVOD 7

TEORIE 9

1. Kvízové televizní pořady 9

1.1 Herní pořad nebo kvíz? 9

1.2 Obsahy kvízových pořadů 10

1.3 Historický vývoj 11

1.4 Kvízové pořady v České republice 12

1.5 Funkce kvízových pořadů 14

1.5.1 Související zpravodajské funkce 16

2. Mediální publikum 17

2.1 Aktivní publikum 18

3. Teorie užití a uspokojení 19

3.1 Historický vývoj teorie 20

3.2 Současné výzkumy 21

3.3 Kritika teorie 22

3.4 Kvízové pořady rámcem UGT 22

METODOLOGIE 24

4. Cíl práce 24

4.1 Výzkumná skupina 24

4.2 Výzkumné otázky 25

4.3 Volba metody 25

4.3.1 Kvalitativní výzkum 26

4.3.2 Kvantitativní výzkum 28

PRAKTICKÁ ČÁST 31

5. Výsledky výzkumu 31

5.1 Popis vzorku 31

5.2 Kombinovaný výzkum 34

5.3 Diskuze 53

5.3.1 (Ne)platnost hypotéz 53

5.3.2 Limity výzkumu 54

5.4 Závěr 55

SEZNAM TABULEK/GRAFŮ 56

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY 56

PŘÍLOHY 60

# ÚVOD

Média dnes tvoří nedílnou součást každodenního života. Vnímáme je jakožto výplň našeho volného času a součást každodenní zábavy. Evergreen mediální zábavy představují televizní kvízové pořady, které splňují všech svých pět funkcí – zábavní, informační, sociální, identifikační i vzdělávací. V současné době je konkrétně diskutován hlavně poměrně nový pořad televize Nova – Na lovu, který mě přivedl k výzkumu mediálních účinků na publikum. Zajímá mě, jakým způsobem sledující konzumují kvízy, jak pracují s předanými informacemi a zdali se přenáší do jejich běžných životů.

Cílovou populací výzkumu jsou účastníci hospodských kvízů, a to hned z několika důvodů. Hospodský kvíz je poměrně novým fenoménem, který sám o sobě obohacuje o nové vědomosti ve společensky laděném prostředí. Úkolem práce je zjistit, zda účastníci kvízové pořady sledují, jakým způsobem, a jestli využijí informace z TV kvízů i v reálném životě. V pořadu Na lovu lze vnímat přímou vazbu, kdy soutěžící vstupují do intelektuální konfrontace s tzv. „lovci“, kteří reprezentují elitní segment odborníků specializujících se na vědomostní soutěže v rámci českého prostředí.

Z výzkumného hlediska je práce ukotvena v teorii užití a uspokojení (Uses and Gratifications Theory), která pracuje s předpokladem aktivního publika. Tato teorie předpokládá, že diváci si cíleně vybírají mediální obsah na základě svých potřeb – například z důvodu touhy po informacích, emočního uvolnění nebo potřeby sociální interakce. Tento rámec umožňuje hlouběji porozumět motivacím sledování televizních kvízových pořadů a přispívá k formulaci otázek pro polostrukturované rozhovory. To napomůže k plošnému kvantitativnímu výzkumu referenční skupiny vzhledem k větší personalizaci dotazníkového šetření.

Pro dotazníkové šetření nebyla vybrána žádná konkrétní oblast v České republice, i když byla původně zamýšlena. Limitující by pro výzkum bylo třeba to, že soutěžící často cestují za kvízem do větších měst z důvodu jejich nedostatku na maloměstech a vesnicích. Předpokládáme-li, že z velké části se kvízů účastní studenti, počítá se s jejich nahodilou migrací mezi městy či vesnicemi. Vzhledem k velkému ohlasu se musí počítat i s naplněním kapacity kvízů, přičemž týmy se neustále přemísťují i kvůli této skutečnosti.

Práce dále zohledňuje různé okolnosti sledování – například zda diváci sledují pořady v reálném čase nebo prostřednictvím záznamu, zda preferují sledování o samotě nebo ve skupině, případně zda je pro ně klíčovým motivem samotná soutěžní struktura pořadů, nebo osobnosti soutěžících. V rámci zkoumání se dotýká také otázky rozdílů mezi konzumací kvízových pořadů a televizního zpravodajství – z hlediska informační hodnoty, personalizace sledování i emocionální odezvy.

Přínosem práce je přiblížení pohledu specifické skupiny diváků, která dosud nebyla předmětem širšího výzkumu. Účastníci hospodských kvízů představují ideální cílovou skupinu pro sledování souvislostí mezi aktivní vědomostní účastí a pasivním – či aktivním – sledováním televizních pořadů. Práce se snaží zachytit, zda a jak se tyto dvě roviny vzájemně ovlivňují a doplňují.

# TEORIE

## 1. Kvízové televizní pořady

Abychom mohli stanovit předpokládané motivace ke sledování televizních kvízů, musíme si nejdříve přiblížit samotný koncept těchto pořadů. Jak se kvízy vyvinuly od jejich televizních začátků až po dnešní dobu nových médií? Jaký měl vliv na percepci diváctva faktor soukromé televize? Jak je možné, že jsou po tak dlouhé době stále relevantní? Přístupy řady teoretiků shrnula ve své knize The Quiz Show (2008) profesorka mediálních studií Su Holmes[[1]](#footnote-1), z jejíž publikace jsem při studiu primárně vycházela.

### 1.1 Herní pořad nebo kvíz?

Řada populárních i akademických definic staví herní show do pozice generického termínu, který má různé subkategorie, mezi něž patří i kvízová show. Obecně herní pořady zahrnují celebrity/soutěžící z lidu, jež hrají (občas i v týmu) hru, kterou představuje zodpovídání otázek za body, nebo výhru. V případě kvízů lidé luští hádanky a odpovídají na kvízové dotazy. Některé z existujících definic jsou derivovány ze systému, se kterým přišel britský herní konzultant David J. Bodycombe[[2]](#footnote-2), který pojmenoval následující subkategorie: akční/dobrodružná, variace deskové hry, dětská, komedie a panelový pořad, seznamovací pořad, vzdělávací, rodinná hra, lifestyle, hádanka, reality TV, kvíz/obecné znalosti, sportovní, extrémy/dobrodružství a různorodá. Na rozdíl od definice z Wikipedie se nesoustředí čistě na textovou charakteristiku pořadu, ale zahrnuje i interakci s publikem (př. dětské pořady), hodnotu a funkci programu (př. edukativní) a další. Jiný přístup zvolil Hoerschelmann[[3]](#footnote-3) rozlišením typu znalostí užitých v soutěžích. Kvízy vyžadují faktuální znalosti, zatímco herní soutěže stojí na žitých znalostech, založených na náhodě a fyzickém výkonu. Zajímavosti je podle Greenstona něco, čemu se říká šedá zóna, kdy se začne herní a kvízový pořad překrývat[[4]](#footnote-4). On udává příklad Milionáře (telefonát příteli, šance 50:50,..), u nás bychom mohli uvést v příklad Máme rádi Česko, kdy se snoubí náhoda se specifickým okruhem kulturních vědomostí.

### 1.2 Obsahy kvízových pořadů

Krátké představení televizních kvízů nám pomáhá alespoň částečně osvětlit, jaké prvky by mohly publikum motivovat k jejich sledování. Televizní kvízové pořady nesou své vlastní specifikace, které je oddělují od zbytku televizních obsahů, nebo je k nim zčásti přiřazují. Obecně bývají vnímány jako druh low-brow[[5]](#footnote-5) zábavy, i přestože s sebou nesou určitou informativnost. Podle tehdejšího režiséra Challenge TV Mikea Beala[[6]](#footnote-6) (2006) existuje hierarchie pro prestiž, kdy ti nejlepší pracují na filmech, horší na televizních dramatech, nebo sitkomech, a ti nejhorší se starají o reality TV, nebo kvízové či herní pořady. Jason Mittell tvrdí, že kvízy jsou fluidní a prostupují jak low-, tak highbrow obsahy. Jsou vnímány jako kulturní obohacení a vzdělávání, ale podporují v publiku gambling a obecně zjednodušují intelekt.[[7]](#footnote-7) Podle charakteristiky žánru od Nicka Laceyho se tento typ pořadů odehrává v televizním studiu, s účastníky a publikem hry ve studiu, ve hře soutěží běžní lidé a doprovází ji shovívavý moderátor. Narativ tvoří otázky a úkoly, které soutěžící překonávají pod vidinou zisku nějakého ocenění. Vizuál tvoří moderní technologie a zářivý set.[[8]](#footnote-8) Ikonografie se může lehce proměňovat. Například prostředí se liší třeba v případě Taxíku[[9]](#footnote-9), kdy moderátor zpovídá účastníky v prostředí automobilu.[[10]](#footnote-10) Kvízy nabízí kompetitivní diskurz, který se projevuje jak individualisticky, tak kolektivně.[[11]](#footnote-11) Jde zde o vyobrazování inteligence v protipólu se štěstím a úspěchu s neúspěchem.[[12]](#footnote-12)

### 1.3 Historický vývoj

„Quiz“ se objevoval už v 18. století ve významu kanadského žertu. Mediální kvízy mají kulturní tradici ve viktoriánských společenských. Objevovaly se i v tisku 20. století, a to za účelem vyššího novinového prodeje. Zároveň na ně mohli narazit diváci ve vaudevillech, kdy byly prezentovány jako jedna z forem tehdejší zábavy hned vedle filmových gagů, hudebních vystoupení nebo divadelních her. Významná složka kvízového gamblingu se ve společnosti objevovala od pradávna.[[13]](#footnote-13) Než se ale dostalo všeobecnému přijetí kvízových pořadů na konci 20. století, setkávaly s nástrahami a nepochopením hlavně na půdě Velké Británie. Britské BBC mělo snahu o objektivní službu veřejnosti, a to rozhlasově i televizně. Až v roce 1955 vznikla komerční stanice ITV pro rozbití monopolu BBC, načež vznikla jejich druhá stanice BBC2. To vedlo ke zřízení kontrolní rady Pilkington Committee on Broadcasting, ve které nezasedali příznivci vysílaných kvízů. Považovali je za levné, populistické a triviální pořady, které šly proti myšlenkám britského televizního vysílání. [[14]](#footnote-14) [[15]](#footnote-15) Ve dvacátých letech minulého století byly jako problém vnímány už jen výherní ceny. Veřejnosti se zdálo, že motivují diváky k jejich konzumaci formou úplatku. Postupem času začínali formáty přebírat od Spojených Států. Než ale stihli prozkoumat jejich audiovizuální stránku, vysílání BBC bylo vlivem Druhé světové války přerušeno a kvízy se v tomto období rozvinuly pouze rozhlasové formě. Po obnovení BBC se nově primárně objevovaly na jejich stanicích Home a Light Programme.[[16]](#footnote-16) Velká Británie ani v poválečném období neustoupila od svých požadavků a pravidel pro televizní kvíz. Vzhledem k ekonomické nestabilitě a zboží na příděl se kritikům nezamlouvala The Charlie Chester Show, kde soutěžící získávali na základě štěstí výhry vysokých hodnot, a tak bojovali za všeobecné snížení ceny výhry v podobných soutěžích.[[17]](#footnote-17)

Počátky amerických kvízů sklidily diametrálně jiný ohlas. Americký rozhlas byl už od začátku komerčně vlastněným produktem.[[18]](#footnote-18) Proto bylo normální už od začátku vysílání slýchat komerční sdělení. Ve třicátých letech se do názvů rozhlasových soutěží dokonce přidávala jména sponzorů a ceny později fungovaly jako product placement. Problém měla americká Federal Communications Commission[[19]](#footnote-19) s takzvanými give-away pořady, kdy účastník zavolá do rádia a daná stanice mu za to poskytne peněžní výhru. Toto jednání považovala komise za „neamerické“. V 50. a 60. letech americká produkce experimentovala se stylem, který patřil k estetice kvízů. Využívali křížový střih mezi soupeři, nebo jejich obličeje usazovala vedle znaku dolaru,[[20]](#footnote-20) také se snažili nastolit seriózní atmosféru a zinscenovat autenticitu a férovost. Někteří hráči byli nabádáni k přehrávání napjatosti, nebo jim byly odpovědi dány předem. Producenti tak měli větší kontrolu nad narativem a „postavami“ v soutěži.[[21]](#footnote-21)

Postupem času se počet kvízů a hodnota cen zvyšovaly. Ku příkladu lze uvést Milionáře, kde si účastník může odnést výhru ve výši milionů dolarů.

### 1.4 Kvízové pořady v České republice

Tradice kvízových pořadů v České republice sahá až do 50. let minulého století, tedy do samého počátku stabilního televizního vysílání. Stala se z nich nedílná součást programu televizních stanic. Stejně jako ve většině zemí, i československé a české formáty byly přejaté od britské či americké produkce. Pořady se svým obsahem dostaly i do české populární kultury. Mezi první soutěže u nás patřilo PEKelně SE SOustřeď (1965), založené na principu pexesa a Deset stupňů ke zlaté (1975), ve kterých soutěžící stoupali po deseti schodech až k výhře. Postupně formáty přibývaly v 80. a 90. letech rozvolněním politických poměrů, a tedy zahraničním vlivem. Za oblíbené považovali diváci Videostop s moderátorem Janem Rosákem, který pouštěl filmové ukázky a soutěžící hádali jejich původ. Po roce 2000 došlo k oživení prostřednictvím A-Z kvízu, Riskuj! nebo Chcete být milionářem?[[22]](#footnote-22)

*A-Z kvíz* (1997-) je stále aktivní vědomostní soutěž z produkce České televize, kterou už od začátku moderují Aleš Zbořil a Eva Machourková. Postupem času vznikly její odnože, jako je např. A-Z kvíz Junior pro nejmenší, ČT art kvíz se soutěžícími z řad známých osobností, nebo speciální vydání při zvláštních příležitostech (AZ-kvíz speciál TSB60, AZ-kvíz tentokrát s Fortunou). Hráči se proti sobě utkávají jeden na jednoho v řadě otázek všeobecných znalostí. Cílem je propojit políčka na třech stranách trojúhelníkového hracího pole za pomoci vědomostí. Ve finálovém *bankomatu*, který je založen na náhodě, může vítěz všech kol soutěže vyhrát peněžní obnos. *Chcete být milionářem?* (2000-2005) (Milionář; 2008, 2016-2017) byla českou verzí britského formátu Who Wants to Be a Millionaire?, kdy soutěžící mohou získat výhru v rámci milionů českých korun. Na pozici moderátora se vystřídali Vladimír Čech, Martin Preiss, Ondřej Hejma, Roman Šmucler a Marek Vašut. Soutěžící se od lehčích otázek za menší finanční obnos dostávali k těm těžším až za 10 milionů korun. Výhodou jim byly čtyři druhy nápověd: šance 50:50 (výběr ze dvou místo klasických čtyř možností odpovědí), přítel na telefonu (telefonní hovor se soutěžícím předem určenou osobou s cílem získat od něj radu v dané otázce), rada publika (hlasovacím zařízením vybírá odpovědi publikum ve studiu), výměna otázky (možnost výměny otázky od 11. kola soutěže). Postupně přibyla nápověda „pomoc diváka“, kdy povstal studiový divák, který si myslí, že zná správnou odpověď. Riskuj! (1994-2006) byl pořad TV Nova, založený na americkém formátu Jeopardy. Moderátory byli Pavel Svoboda a Ivan Vyskočil. Soutěžící si vybírali okruhy otázek a jejich obtížnost. Výhra nebyla finanční, ale materiální. Hlavní cenou byl automobil Škoda. Na základě soutěže dále vznikla i počítačová hra Riskuj! obsahující přes 2000 otázek.

V současnosti vysílá každý z multiplexů v České republice alespoň jeden kvízový pořad. Jejich současný souhrn je uveden v následující tabulce.

Tabulka č. - aktuální seznam vysílaných kvízových pořadů v České republice k datu 19.3.2025

|  |  |
| --- | --- |
| **Název pořadu** | **Vysílací stanice** |
| A-Z Kvíz | ČT |
| A-Z Kvíz Junior | ČT |
| Zázraky přírody | ČT |
| Kde domov můj | ČT |
| Na lovu | Nova |
| Na lovu - hvězdný speciál | Nova |
| Superlov | Nova |
| Máme rádi Česko | Prima |
| COOL Taxi | Prima |
| Šťastná 7 | TV Barrandov |
| Hvězdná 7 | TV Barrandov |

Mezi momentálně nejoblíbenější pořady TV Nova patří *Na lovu* (2021-) se svými alternacemi Hvězdný speciál a Superlov. Soutěž v základním formátu je převzatá z britské verze The Chase. Čtyři soutěžící postupně stojí proti „lovcům“, kteří zastávají roli profesionálů napříč různými vědními obory. V prvním kole jednotlivci odpovídají v rychlosti na otázky čtené moderátorem (Ondřej Sokol). V druhé části už soutěží proti lovcům v otázkách se čtyřmi možnostmi. Ve finálovém kole se spojí soutěžící, které lovec nevyřadil a snaží se získat jimi nasbíranou částku z předchozích kol. Odpovídají společně v časovém limitu a za každou správnou otázku získávají bod. Lovci se pak snaží svými odpověďmi ve stejném časovém limitu jejich body zase ubrat. Pokud se mu to nepodaří, vyhrávají účastníci již zmíněný finanční obnos. Vědomostní hra *Máme rádi Česko* (2013-) staví proti sobě dva týmy veřejně známých osobností, které pod vedení kapitánů (Vojtěch Kotek, Jakub Prachař) odpovídají na otázky a hádanky z historie, zeměpisu, kultury, sportu, filmové i hudební branže, ale i všeobecného přehledu o Česku. Původní formát holandského původu se nazývá I Love My Country. Vítězný tým získává na konci dílu věci či pokrmy české produkce.

### 1.5 Funkce kvízových pořadů

Jedním z nezpochybnitelných aspektů televizních kvízů je **informační a edukační** funkce. Americká kultura preferuje směr anti-intelektualismu, kdy záleží spíše na zábavním obsahu než na přenosu informací. Soutěžící jsou často znemožňováni a je jim nesprávně napovídáno za účelem zvýšení dramatických situací a zdánlivého snížení jejich inteligence. Americká produkce tak činí z prosazování „selského rozumu“ a intelektualismus jde proti jejich rovnostářskému způsobu života.[[23]](#footnote-23) Od tohoto stylu se liší evropská produkce, která naopak klade velkou váhu na předávání informací. Západní Evropa považuje intelektualismus za klíč ke kulturnímu dědictví. Zdržuje se tedy ve větším množství nablýskanosti televizního studia a zvukových efektů, obecně je esteticky střídmější. Tento rozdíl pramení pravděpodobně i z většího třídního vědomí v Evropě.[[24]](#footnote-24) V západním školství je dotazování dominantní formou učení. Moderátor\*ka má navíc autoritu v rámci dotazování. Určuje, jak otázka vyzní a jak formálně bude vypadat její odpověď.[[25]](#footnote-25) To dále navazuje na **reprezentaci reality** a tradičních genderových rolí. Televize míří obecně na přímý kontakt s divákem a jeho ztotožnění se s mediálním textem. Proto volí kromě celebrit a veřejně známých osobností do soutěží právě tyto lidi „běžného života“. I přestože se to tak může zdát, stále soutěžící ve studiu vystupují v okolnostech mediální zkonstruované reality. Žádá se po nich, aby vystupovali s autenticitou přesně jako ti, kteří sedí u televizní obrazovky. Moderátor je „mediální člověk“, který v pořadu vystupuje jako privilegovaný lidem běžného života.[[26]](#footnote-26) Kvízové pořady, stejně jako další televizní obsahy, projektují ideologii (viz. americký anti-intelektualismus). V americké sféře byl profilován konzumerismus ve formě velkých výher, což se nelíbilo komunistickým režimům. Obsah se proměňoval se západní snahou bojovat proti komunismu intelektem, a tedy proměnou soutěží ve více informativní a edukační.[[27]](#footnote-27) Výraznou složkou moderních kvízů digitálního věku je také **participace.** Ta už tu byla za dob rozhlasových kvízů. Nyní je ale možnost přispívat obsahu a reagovat na něj skrze internet a sociální sítě (i v rámci fanouškovství). Zároveň existují simulace kvízů v podobě počítačových her.[[28]](#footnote-28) Často se můžeme setkat s videi ze soutěží na internetových platformách, často jsou to ale ty, které narušují nějaký kód průběhu soutěže (bizarní situace, nestandardní chování participantů,…)[[29]](#footnote-29) Zábavnou funkci může plnit třeba postavení známých osobností do pro ně nestandardních situací a odhalování jejich osobností za pomocí všeobecných znalostí. Dokážeme se tak k nim připodobnit a vnímat je jako „běžné lidi“ skrze jejich emoce, úzkost ze špatné odpovědi a nervozitu.[[30]](#footnote-30) To podporuje naši **sociální identitu**. Dyerova teorie utopie v zábavě potvrzuje funkci **eskapismu** v kvízových pořadech. Lidé v nich hledají opak toho, v čem žijí. Kvízové pořady nabízejí emocionální úlevu a výstup z každodenních omezení. Například v reálném životě vás běžně lidé neodměňují velkými částkami za všeobecné znalosti, za to kvízy nabízejí hodnotné ceny za někdy až triviální vědomost.[[31]](#footnote-31) S pravidly hry a s tím, že každý se vypracovává od nuly, dostáváme navíc pocit spravedlnosti.

#### 1.5.1 Související zpravodajské funkce

Ačkoli kvízové televizní pořady zapadají do zábavní oblasti televize, nalezneme spoustu podobností, které sdílejí s televizními zpravodajskými obsahy – informační přenos, reprezentaci reality, utváření ideologie a udržování mocenských vztahů. Přímou návaznost můžeme vnímat v podobě infotainmentu.[[32]](#footnote-32) Moderátor je zde v obou případech brán jako **autorita**, která důvěryhodně sděluje **informace**. Inscenuje kompetenci a pravomoc nad selekcí témat (moc-vědění).[[33]](#footnote-33) Podobně jako kvízy, zpravodajství **edukuje** své diváky. Informace jsou ale zprostředkované a rámované podle ideologických, kulturních a institucionálních pravidel. Selekce znamená vytváření mediální verze reality, přičemž kvízy zase vytvářejí „hodnou znalost“, tedy selektují populistická témata obecných znalostí.[[34]](#footnote-34) V obou případech se jedná o *produkované vědění*, tedy ne univerzálně platná pravda, ale historicky a socio-kulturně zkonstruovaný diskurz.[[35]](#footnote-35) V obou typech obsahů nalezneme **reprezentaci**. Jak už bylo zmíněno, kvízy reprezentují předobraz „běžného člověka“, zatímco zpravodajství inscenuje realitu za pomoci narativních a dramatických prvků v rámci struktury zprávy, a tedy je v ní aktér, daná událost i její následky. Převádí je tak do přijatelných a ideologicky udržitelných rámců pro dané publikum.[[36]](#footnote-36) Dyerova „utopie zábavy“ se mimo kvízy také vztahuje na zpravodajství, a to jeho nabídkou srozumitelnost světa a přehlednost ve složitosti. V obou případech dochází k psychologické kompenzaci nejistoty reálného života.[[37]](#footnote-37) Ve zpravodajství taky pomalu mizí lineární vysílání. Diváci komentují a sdílejí zpravodajské obsahy na svých sociálních sítích, a to i v rámci identifikace a participace. Zapojují se do diskuzí a rozebírají trendy ve zpravodajství, selektují ho s pomocí algoritmu. Publikum tedy není jen příjemce, ale spolutvůrce významu (produsage).[[38]](#footnote-38) V neposlední řadě mají oba druhy obsahů rituální funkci i vzhledem k (pod)večernímu vysílacímu času, kdy působí jako „televizní“ jistota. Zpravodajství probíhá ve stále stejném vysílacím čase a zároveň je jistotou dostatku informací, který jinde například nestihneme nabýt.

## 2. Mediální publikum

Za mediální publikum můžeme označit skupinu lidí, kteří konzumují obsah šířený médii (televize, rádio, tisk, internet, sociální sítě atd.). V našem případě je publikem skupina účastníků hospodských kvízů se zájmem či nezájmem o kvízové televizní pořady. Obecně může být publikum aktivní či pasivní, homogenní nebo rozmanité, a jeho chování se liší podle kontextu, typu média a jeho obsahu, a sociálních faktorů.

Publika podle tradičního teoretického pojetí můžeme rozlišit do tří druhů:

* *Pasivní publikum* – s tímto konceptem počítají spíše starší mediální teorie, které předpokládaly, že publikum bez kritického myšlení přejímá mediální texty[[39]](#footnote-39)
* *Aktivní publikum* – je obsaženo v novějších teoriích médií a počítá s tím, že lidé si vybírají konkrétní média i obsahy v nich podle svých mediálních potřeb[[40]](#footnote-40)
* *Polysemické publikum* – patří k moderním teoriím, přičemž jednotlivci z publika mohou jedno a to samé sdělení interpretovat na bázi svého socio-kulturního zázemí[[41]](#footnote-41)

Zastáncem pasivního publika byl například Harold Lasswell se svým konceptem *magické střely*. Média na tento princip fungují, a tím pádem přímo vštěpují informace a ideologie do lidské mysli.[[42]](#footnote-42) Zástupci Frankfurtské školy 40. let Theodor Adorno a Max Horkheimer rozvedli myšlenku *teorie masové společnosti*. Na základě marxistické ideologie jsou média jen součást kulturního průmyslu manipulujícího společností. Publiku jsou taktéž vnucovány ideologie, a také stereotypy podporující konzumerismus a eliminující kritické myšlení. *Kultivační teorie* od George Gerbnera ze 60. let počítá s ovlivněním diváka po dlouhodobém vystavení médiím. Obsah kultivuje v publiku zkreslené vnímání reality (např. člověk sledující výhradně krimi seriály bude považovat reálný svět za méně bezpečný). B.F. Skinner a John B. Watson aplikovali psychologický přístup behaviorismu na média s myšlenkou, že lidské chování lze predikovat a ovlivňovat na základě podnětů (model S-R). Médium je v tomto případě podnět, na který divák reaguje automaticky bez reflexe. Zrovna tato teorie přispěla k výzkumu propagandy, jež pracovala s představou, že lidé mohou být médii přímo zmanipulováni.

Na druhou stranu aktivní publikum rozvinuli teoretici jako byl třeba Stuart Hall, David Morley, Elihu Katz a Paul Lazarsfeld, J.G. Blumler a Denis McQuail nebo Henry Jenkins.

### 2.1 Aktivní publikum

*Aktivní publikum* není jednoznačný koncept. Existuje jako pomůcka řady teoretiků, přičemž každý z nich pro něj má vlastní odlišnou definici. V obecném hledisku v podstatě ale značí, že publikum je aktivním příjemcem a účastníkem dialogu s médii. Divák interpretuje obsahy, přizpůsobuje je svým potřebám a svým schopnostem čtení mediálního textu. Aktivní publikum vzniklo jako protichůdná reakce na již zmíněné starší teorie.

K diskuzi nad aktivním publikem přispěl teoretik kulturálních studií Stuart Hall s modelem ***kódování/dekódování***. Média neprodukují svými obsahy jednoznačná sdělení, publikum si ho aktivně dekóduje podle kulturních a sociálních kontextů. Hall rozlišil čtení do tří kategorií, a to na *dominantní* (publikum přijímá mediální sdělení tak, jak bylo zamýšleno), *vyjednané* (publikum přijímá jen část sdělení, které upravuje dle vlastního pohledu) a *opoziční* (odmítnutí dominantního významu a interpretace sdělení kriticky nebo protichůdně).[[43]](#footnote-43) Elihu Katz a Jay Blumler rozvinuli ***teorii užití a uspokojení***, za pomoci kteréž zpracovávám tento výzkum. Lidé dle teorie konzumují média aktivně, jelikož v nich hledají uspokojení potřeb.[[44]](#footnote-44) Na digitální média se soustředil Henry Jenkins s teorií ***participativní kultury***. Lidé pouze nekonzumují obsah, ale aktivně se mohou zapojit do jeho tvorby. V komunitách vytvářejí fanouškovské teorie, memes nebo vlastní obsahy.[[45]](#footnote-45) Podle Davida Morleyho hraje v aktivitě publika roli ***sociální podmíněnost*** interpretace mediálních obsahů. Je ovlivněna sociální třídou, vzděláním, regionem, etnicitou a pohlavím.[[46]](#footnote-46) Odpor publika v teorii Johna Fiskeho znamená aktivitu v přivlastňování si médií novými způsoby. Každá komunita si v obsazích najde svoje vlastní symboly a přetváří si je dle potřeb jejich identity.[[47]](#footnote-47)

## 3. Teorie užití a uspokojení

V dnešní době hrají média v běžném lidském životě nezpochybnitelnou roli. Má pro nás tedy hodnotu na akademické, průmyslové i lidské úrovni zkoumat motivace aktivního publika ke sledování různých druhů mediálních obsahů. Jedním z takových pomocníků je *teorie užití a uspokojení (Uses and Gratifications Theory,* dále *UGT)*. Její první studie vznikaly už ve 40. letech minulého století a byla vedle dvoufázového modelu toku komunikace a selektivní expozice a percepce jednou z prvních teorií, které považovaly publikum jako aktivní složku oboustranné komunikace s médii. Předchozí teorie byly tradiční a braly média jako prostředek jednostranného vlivu na diváka.

### 3.1 Historický vývoj teorie

Uspokojení prostřednictvím médií se zkoumalo už ve 40. letech 20. století. Herta Herzog přispěla výzkumy soap oper (1942), Suchman zkoumal motivy zájmů o vážnou hudbu v rádiu (1942), Wolfe a Fiske bádali po rozvoji zájmu dětí o komiks (1949). V těchto studiích byly respondentům dány otázky s otevřenými možnostmi, avšak nezkoumal se jejich psychický a sociální stav, ale ani vnitřní vztahy mezi rozdílnými mediálními funkcemi.[[48]](#footnote-48) Wimmer a Dominick (1994) se domnívali, že vznik UGT se datuje už do 40. let, ale někteří z teoretiků se domnívali, že studie vychází ze Schrammova modelu okamžitého a odloženého odměňování. Vzhledem k tomu, že původní podoba teorie nebyla dostačující a řadila klasifikace publik do několika málo přesně daných kategorií, vznikaly v průběhu 50. a 60. let debaty o tom, jestli je teorie přínosná. Proto se zkoumaly další psychologické i sociální proměnné, které by teorii rozšířily. Schramm, Lyle a Parker zjistili, že dětské sledování televize záviselo na jejich *vztahy s rodiči a vrstevníky.* Mendelson určil několik obecných funkcí poslechu rádia – *společnost, odpočinek, změna nálady, poskytování užitečných informací a zvyšování sociální interakce*. Během tohoto období se tradiční efekty médií přetvořily ve funkcionalistické paradigma společenské vědy. V 70. letech už výzkumníci plně dbali na motivace publika a jak publikum používalo média k uspokojení jejich společenských a psychologických potřeb. [[49]](#footnote-49)

Na kritiku odpověděli Elihu Katz, Jay g. Blumler a Michael Gurevitch se svým teoretickým rámováním UGT s názvem Uses and Gratifications Research (1973). Nepopírají, že sledování mediálního obsahu je často neformálního charakteru, avšak objektem zkoumání vždy bude návazný předpoklad a požadavek diváka na obsah. Zmiňují čtyři funkce médií od Laswella (dohled, korelace, zábava, kulturní přenos) a vyzdvihují teorii McQuaila, Blumlera a Browna z roku 1972, kteří určují funkci *rozptýlení (odpoutání od každodennosti)*, *osobních vztahů (náhrada společnosti), osobní identity (reference, prosazování hodnot) a dohledu*. Zároveň se snaží o vyzdvihnutí sociálního a kulturního zázemí jednotlivce ve vztahu ke konzumaci mediálního obsahu. Užívání kategorizuje do třech úrovní. Tou první je mediální obsah jako takový, tou druhou je jeho prostá konzumace, a tou třetí jsou okolnosti, za kterých je daný obsah sledován.[[50]](#footnote-50) Rosengren navrhl, že lidské problémy a jejich řešení podle sociálního prostředí jednotlivce vedou k různým užitím médií.[[51]](#footnote-51) Blumler zkoumal teoretické základy přístupu. Zdůraznil, že pro přínosnost výzkumu by měl mít pevné teoretické základy a méně se opírat o empirická pozorování. Zároveň stanovuje otázky, na které by výzkum měl odpovědět.

1. Jaké psychologické a sociální potřeby vedou k používání médií?
2. Jak se média přizpůsobují těmto potřebám?
3. Jaké faktory ovlivňují individuální volbu médií?[[52]](#footnote-52)

McLeod, Bybee a Durall (1982) došli k závěru, že vyhledávání konkrétního uspokojení a jeho nabytí jsou dva různé koncepty a měly by být zkoumány odděleně.[[53]](#footnote-53) Blumler také určil kognitivní motivaci, která podporuje zisk mediálních informací, a motivaci rozptýlení, při které mediální divák vnímá sociální zobrazení v pořadech.[[54]](#footnote-54)

### 3.2 Současné výzkumy

Od osmdesátých let se teorie musela aktualizovat i vzhledem k novým formám digitálních médií. Nově se teorie využívá pro výzkum internetových médií, sociálních sítí, digitálních streamovacích platforem atd. S. Shyam Sundar a Anthony M. Limperos (2013) upozorňují na nedostatečnost zkoumání, jelikož teoretici využívají ke zkoumání nových médií staré přístupy. Navrhují nové typy uspokojení obsáhlé v nejnovějších mediálních technologiích. Patří mezi ně

🡪 „*být tam*“ (ang. being there), kdy vnímáme svoji přítomnost v digitálním prostoru;

🡪 *vlastnictví* (ang. ownness), jakožto možnost přizpůsobení si obsahu a vnímání ho jako vlastní;

🡪 *interaktivita* v možnosti ovládat mediální prostředí.

🡪 *…*

Zároveň vnímají vyšší uživatelskou kontrolu nad sledovanými obsahy a jejich využitím. Berou v potaz i nové technologické záměry, jako je třeba algoritmy personalizace, sociální sítě nebo rozšíření reality. Ty mají vliv na uživatelovo uspokojení. [[55]](#footnote-55)

### 3.3 Kritika teorie

Kritika UGT přicházela hlavně z řad teoretiků kulturálních studií. Vadilo jim, že příliš nadsazovala svobodu publika nad realitou ideologie.[[56]](#footnote-56)Směr funkcionalismu (40. a 50. léta 20. století), ze kterého teorie čerpá, totiž staví diváka rovnocenně s médiem. Raději vysvětluje vzájemnou výměnu diváka a média, než aby rovnováhu zpochybňoval. „Přístupy užití a uspokojení někdy problematicky předpokládají, že lidé si nakonec mohou svobodně vybrat média, která jako jednotlivci chtějí.“[[57]](#footnote-57) UGT teoretici přichází již na začátku výzkumu s předpoklady, které nijak nezpochybňují ani netestují: a) výběr médií je iniciován jednotlivcem, b) očekávání pro použití médií jsou vytvářena z individuálních predispozic, sociálních interakcí a faktorů prostředí a c) aktivní publikum [má] cíleně orientované mediální chování.[[58]](#footnote-58)

### 3.4 Kvízové pořady rámcem UGT

Jménu **Herta Herzog** je připisován výzkum kvízových pořadů. „Professor Quiz“[[59]](#footnote-59) byl sice identifikován jako publikace Cantrila, ale mnoho teoretiků se shodlo, že právě část Herzogové je nejzajímavější. Ona sama výzkum nazývala *studií uspokojení*. Rozdělila ji do tří směrů – rádiová rešerše, obsahová analýza a typologie publika. Provedla velmi detailní rozhovory se třemi muži a osmi ženami. Využívá termínu *apel* v ohledu na pobídky mediálních textů k využití divákem. V případě kvízů je to:

1. *soutěživost* mezi divákem a soutěžícím v pořadu,
2. *pozorování* účastníků a jejich schopnosti či neschopnosti správně odpovědět otázku,
3. hádání dává posluchačům možnost nabýt *znalosti,*
4. pobídka k*sebehodnocení*.

U respondentů se projevila snaha soutěžit proti účastníkům soutěže s vyšším vzděláním a zároveň solidarita s nimi v soutěžních nástrahách, jakožto s „běžnými lidmi“.[[60]](#footnote-60) „Je pozoruhodné, že zvláštní směs soutěže a solidarity se znovu objevila v mediálních studiích jako důležitý rys recepce talentových show.“[[61]](#footnote-61) Herzogová zpochybnila vzdělávací funkci kvízu v tom, že existuje vždy v rámci konkrétní sociální skupiny, a jednotlivci nemají ambice vzestupu do vyšších sociálních vrstev. Řešila také konzumentův status quo v sociální skupině a jeho narušování v nabývání nových znalostí. Z odpovědí respondentů na jednu stranu zjistila, že čtení knih jim nahradil kvíz, ale zároveň čtení učinil cennějším, jelikož znalost četby je v kvízových otázkách platná. Sociální skupiny jsou v tomto případě důležitější než věk a pohlaví respondenta.[[62]](#footnote-62)

Výzkum britského publika od McQuaila, Blumlera a Browna odhalil, že vlivem výrazných třídních rozdílů sledují diváci kvízy z odlišných důvodů podle jejich společenských vrstev. Střední třída využívá kvízy k ověřování. Testují, zda jsou jejich akademické znalosti dostačující. Nižší socioekonomická skupina lidí má ve snaze svou inteligenci dokázat, a tedy vyvrátit představu jejich školních výsledků jako zrcadla jejich vědomostí. Pořad slouží jako motivace k sebe-hodnocení (self-rating) vzhledem k touze diváka si na jeho základě potvrdit vlastní znalost.[[63]](#footnote-63)

Kvízy se obecně prolínají s reality TV, která má snahu se přiblížit všednímu divákovi a jeho potřebám. Dle studie Z. Papacharissi a A.L.Mendelsona (2007) tento druh pořadů nabízí zábavu, která je založená na *realitě* (aspekt reálného člověka), *relaxaci a úniku, sociální interakci a srovnávání, sebepoznání a reflexi vlastních hodnot*. Má také vzdělávací a poučný přínos. Diváci se s účastníky ztotožňují, vciťují se do nich, hodnotí jejich chování a porovnávají se. Sebehodnocení lze z obecného kontextu reality TV aplikovat zásadně na kvízové pořady. Můžeme tedy očekávat, že diváci budou srovnávat své znalosti i na základě jejich socioekonomických ukotvení a jejich rozdílů. Diváka ke sledování vede také zvědavost. Například v případě účasti celebrit je může zajímat, jaké vědomosti si do soutěže přinášejí a jak reagují na vypjatost situace.[[64]](#footnote-64)

# METODOLOGIE

### 4. Cíl práce

Tématem mé bakalářské práce je motivace specifického publika účastníků hospodských kvízů ke sledování kvízových televizních pořadů. I přestože jsem si tuto výzkumnou skupinu vybrala především pro jejich jasnou propojenost z hlediska principu pořadů, zajímalo mě, zda kvízové pořady vůbec sledují, jakou měrou a způsobem je sledují a jaké jsou jejich motivace v rámci sledování toho typu pořadu. Cílem tedy je komplexnější pohled do potřeb a motivací diváka z řad účastníků hospodských kvízů.

### 4.1 Výzkumná skupina

Jak jsem již uvedla, vnímám jistou korelaci mezi hospodským kvízem a českými verzemi pořadů kvízového formátu. Fenomén kvízů reálného života poskytuje konkurenceschopnost, sociální interakci a potřebu získání nových informací. Proto je mým předpokladem jejich vysoká míra sledování pořadů. Informace do výzkumu čerpám mimo jiné z mých vlastních zkušeností z prostředí referenční skupiny, proto jsou výzkumné otázky v následujících kapitolách formované na základě teorie v kombinaci s mojí žitou zkušeností.

### 4.2 Výzkumné otázky

V první fázi vzniku výzkumu jsem si utvořila 4 sekce s hlavními výzkumnými otázkami, k jimž jsem ale během studie teorií přiřadila ještě 3-4 podotázky, které jsem různým způsobem komponovala jak do polostrukturovaných rozhovorů, tak do dotazníkového šetření. Zohlednila jsem mimo jiné okolnosti sledování, jeho intenzitu a divácké motivace, informativní hodnotu a soutěživost. Zároveň zjišťuji, jaké rozdíly a podobnosti má tento druh televizního programu se zpravodajstvím, a to jak z hlediska informací, tak například zábavy nebo vnímání objektivity.

1. ***Jakou měrou sledují účastníci hospodských kvízů kvízové televizní pořady?***
2. ***Jaké motivace mají účastníci hospodských kvízů ke sledování kvízových televizních pořadů?***
3. ***Za jakých okolností účastníci hospodských kvízů sledují televizní kvízové pořady?***
4. ***V jakém vztahu je sledování zpravodajství a kvízových pořadů u účastníků kvízových pořadů?***

### 4.3 Volba metody

Pro výzkum jsem zvolila *smíšenou metodu*, která se užívala už v dřívějších kanonických dílech teorie užití a uspokojení. Herzog (viz kapitola 3.4) použila pro svůj průzkum obsahovou analýzu s rozhovory; Katz, Blumler a Gurevitch (1974) byli otevření ke kombinovanému přístupu, jelikož věřili v selekci metody podle výzkumné otázky. V osmdesátých letech aplikoval Lull na výzkum televizního publika kombinaci etnografického pozorování, rozhovorů a dotazníků. Palmgreen a spol. (1985) teoreticky zakotvili kombinovanou metodu ve sborníku „Media Gratifications Research: Current Perspectives“. Nejen že má tedy základy v teorii, ale zároveň dokáže detailněji rozvinout motivace jednotlivých respondentů i z hlediska jejich socio-ekonomického prostředí, a zároveň je ověřovat na globálnější úrovni.

Zvolila jsem nejprve kvalitativní výzkum v podobě polostrukturovaných rozhovorů, abych si nejprve rozšířila vhled do zkoumané skupiny a individuálních potřeb a motivací *informantů[[65]](#footnote-65).* Snažila jsem se o určení podobností jednotlivých respondentů k vytvoření demograficky zaměřeného dotazníkového šetření, jímž bych si ověřila platnost hypotéz na základě teorie aplikované na odpovědi z rozhovorů.

#### 4.3.1 Kvalitativní výzkum

Pro první fázi výzkumu jsem si zvolila kvalitativní polostrukturované rozhovory s otázkami, které vznikly na základě nabytých teoretických vědomostí. Postupně jsem se doptávala na *sondážní[[66]](#footnote-66)* otázky, které vznikly přímo v průběhu rozhovoru v reakci na informantovy odpovědi. Odpovědi shodujícího se charakteru mi sloužily jako východisko k utvoření kvantitativního dotazníkového šetření. Sedláková (2014) zmiňuje označení této metody jako „rozhovor s návodem“, kdy mohou být kdykoli přidány další, či návazné otázky, nebo mohou být původní otázky upravovány. Také poznamenává, že do značné míry bývá důležitá i mimika a gestika respondenta. Já byla v této okolnosti značně limitována, jelikož vzhledem časoprostorové tísni musely proběhnout mnou uskutečněné rozhovory v internetovém rozhraní. Hovory probíhaly buď se zapnutou videokamerou, nebo jen ve formě zvukové.

K rozhovorům jsem selektovala jednotlivce pocházející z různých lokací hospodských kvízů. Snažila jsem pro informanty nastolit, ač limitována online hovorem, důvěryhodné prostředí, aby byly jejich odpovědi co nejautentičtější. Data jsem sbírala v průběhu měsíců ledna a února 2025. Z mých původně plánovaných pěti až šesti rozhovorů se mi jich nakonec podařilo získat pět, které trvaly v rozmezí od 30 minut do cca 1 hodiny a 30 minut. Vše se odvozovalo od informantovy výřečnosti a schopnosti rozvíjet daná témata. V příloze je doložený scénář rozhovoru a jednotlivé přepisy.

Všichni účastníci byli před rozhovorem informováni o účelu výzkumu a souhlasili s účastí na základě informovaného souhlasu. Výzkum proběhl v souladu s etickými zásadami, data byla částečně anonymizována dle požadavků informantů. Zde jsou jejich základní údaje, které dále budu uvádět při analýze rozhovorů:

* **Petr R.**, muž, 47 let, vysokoškolsky vzdělaný – inženýr chemie, nezaměstnaný;
  + **Délka rozhovoru:** 0:31:25
* **Denisa Č.**, žena, 22 let, střední škola s maturitou – gymnázium, studentka biologie a enviromentální výchovy se zaměřením na vzdělání, brigádnice
  + **Délka rozhovoru:** 0:54:38
* **Anežka F**., žena, 28 let, vysokoškolsky vzdělaná – bakalářka etopedie, úřednice
  + **Délka rozhovoru**: 0:58:38
* **Martin D**., muž, 27 let, střední škola s maturitou – obor požární ochrana, operátor v chemickém průmyslu
  + **Délka rozhovoru**: 1:24:17
* **Vojtěch P**., muž, 25 let, vysokoškolské vzdělání – bakalář ekonomiky regionálního sportu, student řízení rozvoje regionu a obcí
  + **Délka rozhovoru**: 50:09

Snažila jsem se o rozlišnost informantů hlavně v jejich úrovni vzdělání, což je jeden z aspektů, který by mohl ovlivnit jejich mediální konzumaci pořadů. Bohužel, jak se později ukáže ve fázi tvrdých dat, účastníkům dle sebraného vzorku dominuje primárně vysokoškolská skupina, doplněná o menší množství středoškoláků s maturitou. Dále jsem měla za cíl vyzpovídat alespoň jednoho člověka generace X[[67]](#footnote-67), tedy Petra R, a také alespoň jednoho člověka z Generace Y (Mileniálů)[[68]](#footnote-68), do které hraničně spadá Anežka F. Přepis rozhovorů je doslovný, přičemž v něm jsou z části vynechaná výplňková slova a přehnaně nespisovné či hrubé výrazy. Nijak jsem při přepisu nemanipulovala s pořadím otázek. To jsem proměňovala jen v průběhu dotazování informantů. Po přepisu všech pěti rozhovorů jsem je začala porovnávat, hledat v nich spojitosti, ale také naprosté rozlišnosti odpovědí. Stanovila jsem si několik kódovacích skupin a pomocí tematického kódování jsem analyzovala odpovědi ve vztahu k teorii. Některé z výroků informantů jsem přikládala hned k několika kódům, často je kódování intuitivní, ale stále praktikované na základě teorie užití a uspokojení. Kódy mi sloužily nejen jako pomocník při sestavování výsledků do smysluplného rámce, ale také k určení hypotéz k navazujícímu kvantitativnímu výzkumu.

#### 4.3.2 Kvantitativní výzkum

„Vzorem kvantitativního přístupu k výzkumu v sociálních vědách jsou metody přírodních věd. Předpokládá se, že lidské chování můžeme do jisté míry měřit a předpovídat.“[[69]](#footnote-69) V mé práci pracuji s dotazníkovým šetřením jakožto zástupcem kvantitativního výzkumu. Slouží mi zde k ověření platnosti hypotéz vytvořených na základě již vzniklé teorii v kombinaci s odpověďmi informantů. Snažím se přijít na to, jak moc jsou odpovědi respondentů z řad účastníků hospodských kvízů opravdu předvídatelné. Společně s informanty tvoří tvrdá data dotazníku komplexní obraz mediální konzumace mnou vybraného vzorku. Stejně jako v první fázi výzkumu jsem si i v této definovala dle teorie výše tematické okruhy, do kterých jsem jednotlivé výroky zařadila:

**Intenzita sledování**

**H1:** *Sledující častěji konzumují kvízové pořady aktivně (např. hádání odpovědí) než pasivně*. Tato hypotéza je částečně zakotvená jak v teorii, tak v rozhovorech. Teorie UaG jasně předpokládá s aktivitou diváku při sledování jakéhokoli mediálního obsahu. Nadstavbou je zvýšená aktivita v rámci soutěže, reflexe hodnot a potvrzení intelektu. Stejně tak se tyto informace dozvídáme z rozhovorů, ve kterých informanti uvádějí širokou škálu aktivit od odpovídaní na dotazy, aktivního zapamatování odpovědí, hodnocení účastníků až po diskuzi ve společnosti na daná kvízová témata.

**Okolnosti sledování**

**H2**: *Většina respondentů preferuje sledování kvízových pořadů ve skupině (např. s přáteli nebo rodinou)*. To vychází nepřímo z teorie potvrzováním jedincovy identity, soutěživosti a následně pořadem jako tématem při sociální interakci. V rozhovoru se dozvídáme bližší motivace, jako je diskuze, potřeba sdílet zajímavosti, soutěž u televize ve skupině atd.

**H3**: *Respondenti sledují kvízové pořady ve větší míře po svém začlenění do komunity hospodských kvízů*. Zde vycházím z dotazníků, jelikož informanti uváděli diskuzi nad tématy i v rámci jejich kvízového týmu, zároveň je v komunitě známo, že lovci z pořadu Na lovu objíždějí hospodské kvízy v ČR, a tedy dochází k vzájemné výměně a účasti.

**Motivace sledování**

**H4**: *Účastníci hospodských kvízů se snaží soupeřit se soutěžícími na obrazovce.* Z teorie vychází, že aktivní publikum si projektuje soutěžní rovinu i bez přímé účasti. V rozhovorech je toto „mentální“ soutěžení častým fenoménem, ověřující schopnosti a vědomosti informantů.

**H5**: *Televizní kvízové pořady slouží respondentům především k sebehodnocení a ověřování znalostí.* Teoreticky podložená je hypotéza ve funkci kvízů jako nástroje zpětné vazby (vědomostní sebereflexe). Informanti pak zmiňují využití kvízů v hospodských soutěžích.

**H6**: *Vysokoškolsky vzdělaní respondenti si méně častěji budou dohledávat kontext k informacím z kvízových pořadů než respondenti s nižším vzděláním*. Tato hypotéza vychází z rozhovorů, kdy konkrétně jeden z informantů uvedl přítelkyni s vysokoškolským vzděláním jako informační zdroj, když si chce dohledat informace a jejich kontext z kvízových pořadů. On sám má vzdělání středoškolské s maturitou.

**Porovnání se zpravodajstvím**

**H7**: *Kvízové pořady poskytují účastníkům větší emocionální úlevu a relaxaci než zpravodajství*. Teorie jasně zastřešuje tuto hypotézu v úniku, relaxaci a zábavě. Rozhovory prokazují využití kvízových pořadů jako úniku. Někteří z informantů uvedli, že zpravodajství pro ně dokáže představovat relaxaci, jiní zase, že u zpravodajství se relaxovat nedá.

**H8:** *Účastníkům hospodských kvízů budou více užitečné informace z kvízových pořadů než ze zpravodajství díky jejich podobnosti*. Rámec UGT pojímá selekci informování a obecně vybírání pořadů. Aktivní divák si vybírá informace podle různých personalizovaných kritérií. Informanti zase uvádějí praktické užití informací, a hlavně uplatnění v hospodských kvízech.

Konstrukce obsahu dotazníku měla za cíl být srozumitelná a přehledná. Nejprve bylo nutné vložit do dotazníku filtrační otázku, tedy takovou, která by opravdu dovolila dále zkoumat pouze cílovou skupinu. V případě že respondenti odpověděli na otázku *Navštěvujete hospodské kvízy?* buď *„Byl\*a jsem na něm jednou“*, *„Ne, nenavštěvuji“*, nebo „*Ne, nikdy jsem o nich neslyšel\*a“*, automaticky je Google Forms, ve kterém jsem dotazník tvořila, odkázal na odeslání odpovědi. Otázka pro moji analýzu nemá výzkumnou funkci. Celkový počet otázek je 32, včetně té filtrační. Avšak žádný z respondentů nedostal plný počet těchto otázek. V dotazníku se objevují dvě rozvětvení. První nastává v otázce *Jakou měrou sledujete televizní kvízové pořady?.* Pokud respondenti odpoví intenzitou sledování *Jen výjimečně (méně než 1× za měsíc)* a více, dále odpovídají na dotazy spojené se sledováním kvízových pořadů. Jestliže je jejich odpověď *Nikdy jsem žádný neviděl\*a*, přesměruje je platforma na otázky 26 a dál, tedy na sadu pro respondenty, kteří ony pořady nesledují. Dále je finální rozvětvení v otázce 31. *Jsou kvízové pořady někdy námětem konverzací Vašeho kolektivu hospodského kvízu?,* na který navazuje otázka na jejich pocity při této události. Konstrukce dotazníku je rozdělená na sekce – demografie, sledování televizních obsahů, sledování televizních kvízů, jejich selekce a okolnosti sledování, obecné užití informačních zdrojů, Likertova škála[[70]](#footnote-70) pro kvízové pořady, Likertova škála pro zpravodajství. V alternativních odpovědích pro nesledující se zkoumá znalost českých kvízových pořadů, informační zdroje a socializační funkce kvízových pořadů. Všechny otázky budou uvedeny v příloze. Nesledujícím se myslí respondent, který nikdy žádný kvíz neviděl. Stanovila jsem tuto podmínku na základě toho, že respondenti mohou pořady sledovat i naprosto náhodně, situačně, což je okolnost, kterou nadále zkoumám v dalších otázkách.

Použitelná data od 397 respondentů jsem nasbírala za 4 celé dny v dubnu 2025. Zbytek respondentů (19) byla negativní odpověď na účast v hospodských kvízech, a tedy byli ze vzorku vyřazeni. Z důvodu nedostatku času jsem nebyla schopná provést před oficiálním výzkumem žádné pilotní testování dotazníku. Kontaktovala jsem své spoluhráče s prosbou o vyplnění dotazníku předem, abych jejich prostřednictvím zjistila časové rozmezí odpovědí, a také jejich zájem o otázky. Vyplňování dotazníku respondentům zabralo v průměru 14 minut času. Po tomto zjištění jsem dotazník sdílela přes sociální síť Facebook. Účastníci kvízových pořadů se uskupují ve facebookových skupinách, kde se sdílejí kvízové výsledky, informace o speciálních tématech, a hlavně je to jejich hlavní komunikační kanál. Dále jsem oslovila jednoho z výkonných členů nejmenované organizace hospodských kvízů, aby můj dotazník sdílel na svých sociálních sítích, a poprosila své přátele z komunity hospodských kvízů o rozeslání dalším členům komunikačními kanály. Mým cílem bylo získat alespoň 250 respondentů, což se mi podařilo za den. Postupem času začínala frekvence odpovědí ustupovat.

# PRAKTICKÁ ČÁST

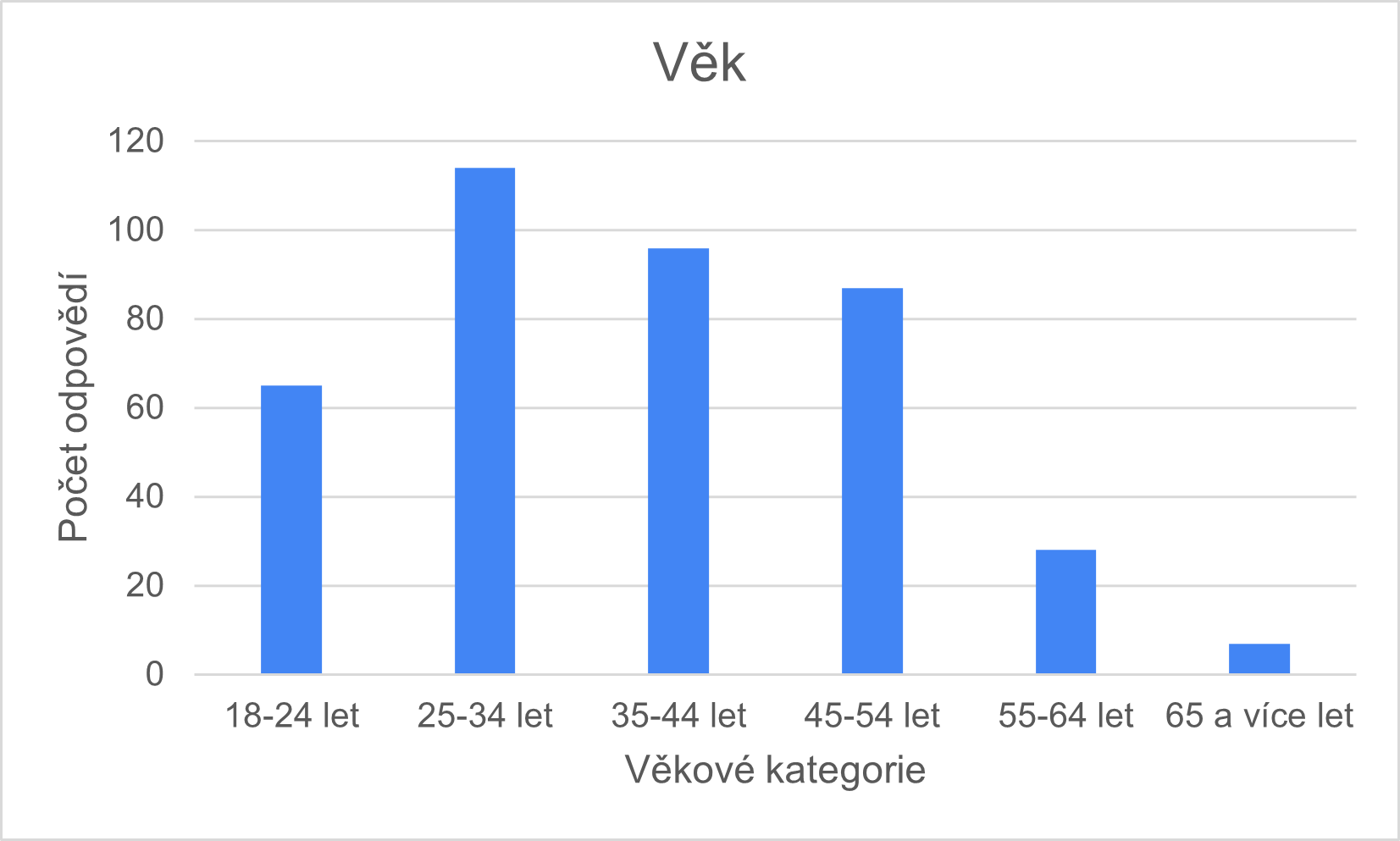
## 5. Výsledky výzkumu

### 5.1 Popis vzorku

Vyhodnocovala jsem vzorek 397 respondentů, přičemž 19 dalších bylo nevalidních po zodpovězení filtrační otázky. Prvně jsem zastřešila demografii a její propojení pro přiblížení představy o zkoumaném vzorku.

Dotazník vyplnilo *154 mužů a 243 žen.* Ženy tedy mají převahu. Byla možnost zvolit nebinární/jinou identitu, tu však žádný z respondentů nezvolil. Zrovna tak nikdo nezvolil možnost gender neuvádět. Z 397 dotazovaných jich 283 *navštěvuje hospodské kvízy pravidelně*, 113 nepravidelně. Převažují tak pravidelní účastníci, přičemž pravidelně by z hlediska frekvence hospodských kvízů mělo znamenat 1x týdně.

Graf 1 - věkové rozložení respondentů



V grafu č.1 můžeme vidět věkové rozložení respondentů. Jejich škála začíná na 18 letech a končí ve věku 74 let. *Průměrný věk* respondentů je 37,6 let, přičemž většina respondentů se nachází mezi 28 a 47 lety. Nejvíce účastníků je ve věkové skupině produktivního věku, tedy 25-34 let (114 respondentů). Druhá nejpočetnější věková skupina je hned ta následující, tedy 35-44 let (96 respondentů). Naopak nejméně početná je skupina důchodového věku 65+, ve které se výzkumu účastnilo pouhých 7 respondentů. Konkrétně nejvyšší počet odpovědí zaznamenal dotazník od lidí ve věku 24 let (22).

Z dotazníkového šetření lze zjistit, že na hospodské kvízy chodí hlavně lidé s *vysokoškolským vzděláním* (226) a středoškolským vzděláním s maturitou (135), naopak nejméně jich mělo *základní vzdělání* (9). Zkoumala jsem, jak tato proměnná souvisí s *intenzitou účasti* na hospodských kvízech. Vysokoškolsky vzdělaní lidé nejvíce pravidelně navštěvují hospodské kvízy (162) a nepravidelně dochází na kvízy 64 vysokoškoláků. Obě skupiny (pravidelnost/nepravidelnost) mají velmi podobné vzdělanostní složení a oběma dominuje vysokoškolsky vzdělaná skupina. Středoškolská skupina v obou případech zaujímá cca 30 % vzorku. Valná většina respondentů pracuje na plný úvazek (246), druhá nejpočetnější skupina je studentská (57) a třetí podnikatelská či OSVČ (38). Jedna respondentka uvádí kombinaci zaměstnanec + OSVČ. Důchodců je 10 a nezaměstnaní 3. Na částečný úvazek je zaměstnáno 18 lidí a 22 lidí je na rodičovské dovolené.

Obsah obrázku text, snímek obrazovky, Písmo, diagram

Obsah vygenerovaný umělou inteligencí může být nesprávný.

Graf 2 - zaměstnání v souvislosti se vzděláním

Graf znázorňuje vztah mezi pracovním statusem a dosaženým vzděláním respondentů. Největší skupinu tvoří respondenti se středoškolským vzděláním s maturitou a vysokoškolským vzděláním, kteří pracují na plný úvazek. Významné zastoupení mají také studenti, převážně s ukončeným středoškolským vzděláním s maturitou. Ostatní pracovní statusy, jako je nezaměstnanost, podnikání nebo práce na částečný úvazek, se vyskytují méně často napříč všemi vzdělanostními kategoriemi.

Nejvíce zástupců základního vzdělání je zároveň u studentstva, to znamená, že ve vzdělávání nadále pokračují. Více studentů z řad středoškolského s maturitou než vysokoškolského vzdělání by se také dalo předpokládat z hlediska přirozeného procesu – vysokoškolští absolventi budou pravděpodobněji hledat pracovní uplatnění než středoškoláci s maturitou, nebo vypěstováním návyku vysokoškolsky vzdělaných k docházení na hospodské kvízy. Podnikatelé mají počty poměrně vyrovnané. Nejvíce zástupců vyššího odborného vzdělání pracuje na plný úvazek a stejně tak středoškoláci bez maturity.

Každý z mých informantů je reprezentantem vzorku. Anežka F. (28 let) je vysokoškolsky vzdělaná a zaměstnaná na plný úvazek, Vojtěch P. je studentem s vysokoškolským vzděláním s prací na částečný úvazek. Martin F (27 let) je středoškolsky vzdělaný s prací na plný úvazek. Denisa Č. (22 let) je studentka se středoškolským vzděláním s maturitou. Petr R. (47 let) je nezaměstnaný s vysokoškolským vzděláním.

Obsah obrázku text, snímek obrazovky, Písmo, číslo

Obsah vygenerovaný umělou inteligencí může být nesprávný.

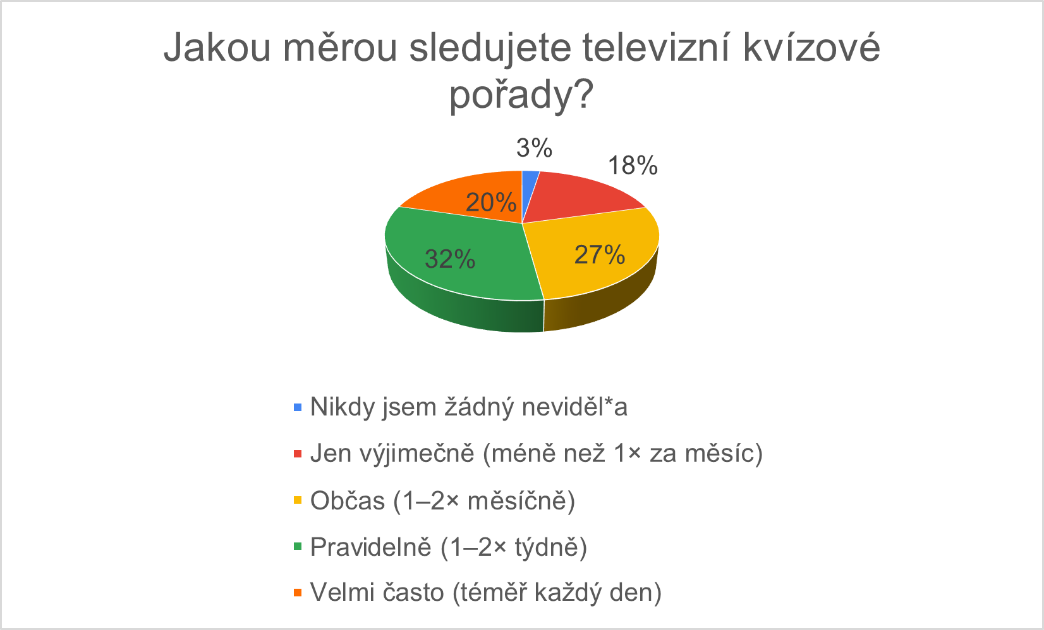
Graf 3- respondenti podle regionu a velikosti obce

Graf znázorňuje rozložení respondentů podle regionu a velikosti místa bydliště. Nejvíce respondentů pochází z Čech, zejména z měst s 20 000 až 99 999 obyvateli a z velkoměst nad 100 000 obyvatel. Na Moravě je rozložení rovnoměrnější napříč různě velkými sídly.Pražský region zastřešuje 20 respondentů z hlavního města. Zbylí tři jsou předpokladem z okolních dílčích měst a vesnic kraje Praha.

Obecně lze na grafu vyčíst popularita hospodských kvízů hlavně ve městech větší lidnatosti, která se dala předpokládat. Prakticky je běžné mít ve větším městě hned několik lokací určených k hospodskému kvízu. Pro menší města je náročnější vůbec najít místo, které by chtělo kvízy hostit, a zároveň najít soutěžící, kteří by se jich chtěli zúčastnit. V poslední době však takových míst přibývá i v malých obcích. Zároveň lze druhým dechem dodat, že tento jev může být odchylkou danou limity mého výzkumu, tedy vzorek nemůže být nikdy 100% reprezentativní.

### 5.2 Kombinovaný výzkum

Nejprve analyzuji data spojená s intenzitou sledování kvízových pořadů a jeho selekcí.



Graf 4 - intenzita sledování

Koláčový graf znázorňuje frekvenci sledování televizních kvízových pořadů mezi respondenty. Největší část respondentů uvedla, že tyto pořady sledují pravidelně (1–2× týdně) nebo občas (1–2× měsíčně), což dohromady tvoří téměř dvě třetiny všech odpovědí. Zhruba pětina sleduje kvízové pořady velmi často. To naznačuje, že kvízové pořady jsou mezi účastníky výzkumu poměrně populární a pravidelně konzumované. Nejmenší je skupina nesledujících (10 lidí). Pro tu jsem v dotazníku vytvořila vlastní sekci, které se budu později také věnovat.

Z grafu lze předpokládat, že kvízy z části patří do rutiny respondentů. Dva z informantů uvedli sledování kvízů během lineárního vysílacího toku. Jeden uvedl pouštění soutěže ze záznamu. V dotaznících se také objevovaly odpovědi, které uváděli sledování starých formátů ze záznamu. Několik málo respondentů uvedlo sledování Riskuj. Motivací může být nostalgie po pořadech, obliba formátu nebo velmi silná konzumace kvízových pořadů.

*„Při čekání na Černý ovce se koukám na A-Z kvíz, ten skouknu celej.“* – Petr R.

*„Primárně sleduju Na lovu na TV Nova. Rád si taky pustím ze záznamu Milionáře. A to je asi vše z aktuálních. Už v poslední době nekoukám ani na Máme rádi Česko nebo AZ kvíz“* – Vojtěch P.

Všichni další informanti alespoň nějakou měrou uvádějí ve svých výpovědích pravidelnost. I když sledují kvízy na internetové televizi, většinou bez většího zdržení, anebo přímo v rámci daného vysílacího času.

Obsah obrázku text, snímek obrazovky, Písmo, číslo

Obsah vygenerovaný umělou inteligencí může být nesprávný.

Graf - týdenní sledování televizních obsahů

Graf zobrazuje týdenní dobu sledování televizních obsahů u respondentů, kteří se pravidelně a nepravidelně účastní hospodských kvízů. Zřetelně se ukazuje, že pravidelní účastníci sledují televizi výrazně častěji – nejčastěji více než 6 hodin týdně, následováni kategorií 4–6 hodin. Naopak nepravidelní účastníci mají tendenci sledovat televizi v nižších časových pásmech, přičemž nejčastěji uvádějí 1–4 hodiny týdně. Velmi malý podíl z obou skupin uvedl, že televizi nesleduje vůbec. Tento rozdíl může naznačovat, že pravidelná účast na kvízech souvisí i s vyšší mírou televizní konzumace.

Pravidelní účastníci hospodských kvízů mají charakteristiky „silných diváků“, protože tráví u televize více času, aktivně se zapojují (např. „soutěží“ s účinkujícími) a deklarují vyšší míru kognitivního zájmu (např. snahu zapamatovat si informace z pořadů). Nepravidelní účastníci více odpovídají profilu „slabého diváka“, který konzumuje obsah příležitostně a spíše pasivně.

Konkrétní dny sledování pořadů informanty se liší, ale u všech jsou voleny tak, aby korespondovaly s jejich volným časem. Někteří sledují po práci v týdnu, přičemž o víkendu mají jiný program. Někteří kvízům věnují čas právě o víkendu. Při otázce na preferované dny sledování jsem se dozvěděla, že většina respondentů žádné nemá. Druhým nejvolenějším byl však pátek a nejméně volenou neděle. I vzhledem k velkému množství respondentů z řad zaměstnanců na HPP by mohl tento jev znamenat, že většina si kvíz pustí jako zábavní program na konci těžkého pracovního týdne. V neděli naopak nikdo nekouká, jelikož se chystají na start týdne nového.

*„Přes týden jsem v Olomouci na studiu, to vůbec nekoukám. Pak přijedu domů a zpětně koukám v pátek, sobotu a neděli.“* – Denisa Č.

*„(Ideální vysílací doba) je ten čas po práci a po těch mých dalších aktivitách, takže ta šestá a až osmá hodina večerní. Na lovu je od půl šestý do půl sedmý, takže třeba třikrát týdně. (nekoukám) O víkendech. Koukám vždycky v týdnu a záleží, kdy jsem zrovna doma, není to vždy stejné.“* – Vojtěch P

*„V týdnu třeba vůbec. To narážím akorát na ty Shorty (YouTube), takže takových deset minut ve všední den. O víkendu to je víc. To je vždycky tak, jak dlouho trvá ten díl.“* – Anežka F.

Informanti Vojtěch P. a Petr R. uznávají, že jsou pro ně kvízové pořady občas ztrátou času.

*„Na lovu, to (sleduji) tak třikrát, čtyřikrát do měsíce. To je pro mě ztráta času. Jak říkám, zcela výjimečně.“* – Petr R.

*„Už v poslední době nekoukám ani na Máme rádi Česko nebo AZ kvíz. Dřív jsem se koukal, ale je to už dost ohraný. Ten formát mě omrzel, navíc je dost časově náročnej na sledování na to, abych to zakomponoval do svého volného času. Třeba to Na lovu je dobrý, jak je fakt na hodinku. Potřebuju, aby mi ty formáty seděly s tím limitovaným volným časem.“* – Vojtěch P.

Obsah obrázku text, snímek obrazovky, Písmo, číslo

Obsah vygenerovaný umělou inteligencí může být nesprávný.

Graf - Týdenní sledování kvízů v rámci TV vysílání

Graf znázorňuje týdenní sledování kvízových pořadů v rámci televizního vysílání u respondentů, kteří se hospodských kvízů účastní pravidelně (červeně) a nepravidelně (modře). Z grafu vyplývá, že pravidelní účastníci častěji sledují kvízové pořady v rozsahu 1 až 4 hodin týdně, přičemž nejvíce odpovědí spadá do kategorie „Více než 1, ale méně než 2 hodiny“. Oproti tomu nepravidelní účastníci mají více zastoupení v nižších frekvencích sledování – zejména „méně než 1 hodinu“ nebo „cca 1× za měsíc“. Výrazně méně respondentů v obou skupinách sleduje kvízy více než 4 hodiny týdně, a malá část je nesleduje vůbec.

Tři z informantů zmiňují alternativu online televize nebo streamovacích platforem, přičemž většině z nich je pod 30 let věku.

*„ (koukám) Čas od času. Když se to zapne na předplatný platformě. Tak tam si zapnu Na lovu. Když mám příležitost, když vybírám, na co koukat, tak si to pustím. Televizi už nepoužíváme. Máme Netflix, Disney, HBO, prostě streamy. Anebo konzole. Ale tyhle soutěžní pořady si pouštíme na Oneplay.“* – Martin D.

*„Máme dostupnou O2TV. Nejčastěji si pouštím Máme rádi Česko.“* – Denisa Č.

*„Já mám online televizi, takže přes tu (koukám). A pak ještě při brouzdání na YouTube se koukám na Shorts nebo na krátké úryvky z Reelsek. Dost koukám na Na lovu, ty se mi tam hodně objevují. Máme rádi Česko si pouštím naschvál v televizi. Občas takový ty další jako Co na to Češi. A-Z kvíz třeba, ale moc ne.“* – Anežka F.

Snažila jsem se tento fenomén prozkoumat tvrdými daty, ale zjistila jsem, že většina respondentů prostřednictvím platforem nesleduje kvízy vůbec.

Obsah obrázku text, snímek obrazovky, Písmo, řada/pruh

Obsah vygenerovaný umělou inteligencí může být nesprávný.

Graf 7 - míra pozornosti

Na grafu č.5 pozorujeme procentuálně uvedené udržování pozornosti respondentů. Můžeme vidět, že velké množství lidí u pořadů vždycky vykonává další činnost. Plně soustředěně sleduje pořad pouze 4 % aktivních účastníků a 1 % nepravidelných. Můžeme vidět, že procento vyšší pozornosti je u pravidelných účastníků větší, zatímco procento nižší pozornosti je větší u nepravidelných účastníků. Může tak být i z hlediska sběru materiálů do hospodských kvízů nebo vyššího zájmu o uváděné otázky.

Vhled do této oblasti mi poskytla tvrdá data i odpovědi respondentů. Z dotazníkového šetření se dozvídáme, že lidé nejčastěji u pořadů používají mobil nebo obecně internet. Druhou nejfrekventovanější činností jsou ruční práce jako je žehlení nebo úklid, třetí je rozhovor s někým dalším na téma nezávislé na pořadu. Čtvrté a stále početné je studium nebo práce. Odpočinkový formát nabízí vykonávat další druhy práce a respondenti tak nemusí tolik vnímat. Informanti také uvedli nějaké další činnosti.

*„Mám ho jako podkres. Dělám u nich lehkou práci do školy, scrolluju na tiktoku, ale není to nikdy konkrétní, že nych si cíleně pustila kvíz a šla žehlit.“* – Denisa Č.

*„Když se sejdou na lovu čtyři důchodci, tak vím, že to bude pomalejší a budou toho třeba hodně vědět. Naopak když je tam mišmaš, tak je to pro mě zajímavější a jsem ochotný tomu věnovat tu pozornost. Čím víc dílů, ke konci menší pozornost a musí to být něco, co mě doopravdy baví.“* – Martin D.

*„Většinou jsem u toho sám a pustím si to jako kulisu a pracuju u toho, nebo u toho dělám nějaké jiné aktivity.“* – Vojtěch P.

Obsah obrázku text, snímek obrazovky, Písmo, Vykreslený graf

Obsah vygenerovaný umělou inteligencí může být nesprávný.

Graf - Výrok: Informace z kvízových pořadů si snažím aktivně zapamatovat

Graf zachycuje postoje respondentů k výroku „Informace z kvízových pořadů se snažím aktivně zapamatovat“ v závislosti na frekvenci jejich sledování. Nejvíce souhlasných odpovědí (zejména „spíše souhlasím“) přichází od těch, kteří sledují pořady pravidelně nebo velmi často, což naznačuje vyšší míru kognitivního zapojení. Naopak u skupiny, která sleduje pořady jen výjimečně, převažuje spíše neutrální postoj. Celkově graf ukazuje, že čím častěji lidé sledují kvízové pořady, tím větší snahu deklarují o aktivní zapamatování si informací.

To naznačuje, že časté sledování není jen pasivní zábava, ale může mít vzdělávací nebo seberozvojový charakter. U skupin, které sledují pořady méně často, převládá neutrální postoj nebo nižší míra souhlasu. To může znamenat, že u těchto respondentů jsou kvízy spíše příležitostnou zábavou, nikoli aktivní formou učení nebo testování znalostí. Informanti zmiňují vnímání přínosnosti kvízových informací.

*„Nejsou tam úplně hloupý otázky, aby si ty lidi odnášeli za ně statisíce. Když se chytnu Na lovu, ta soutěž je rozdělená do třech úrovní a ta obtížnost stoupá. Takže se tam člověk dozví něco víc triviálního, pak na zamyšlení nějaký A, B, C už (pro mě) pak není tak lehký, a pak ta třetí část je nejtěžší. Takže tedy získání nových informací první aspekt.“* – Martin D.

*„(…) to Na lovu, nejsou to pro mě úplně nový věci, ale jsou to prostě hrozně široký vědomosti – film, biologie, historie. Nabírám tim znalosti.“* – Denisa Č.

Obsah obrázku text, snímek obrazovky, Písmo, diagram

Obsah vygenerovaný umělou inteligencí může být nesprávný.

Graf 9 - Výrok: Kvízové pořady sleduji kvůli nabytí nových informací

Graf znázorňuje souhlas respondentů s výrokem „Kvízové pořady sleduji k nabytí nových informací“ v závislosti na dosaženém vzdělání. Nejvyšší míru souhlasu („zcela souhlasím“ a „spíše souhlasím“) vykazují respondenti s vysokoškolským a vyšším odborným vzděláním, zatímco u skupin se základním nebo středoškolským vzděláním bez maturity je častější neutrální postoj nebo nižší míra souhlasu. To naznačuje, že čím vyšší je dosažené vzdělání, tím pravděpodobněji lidé vnímají kvízové pořady jako zdroj poznání a informací. Obecně vyjádřilo nesouhlas jen minimum respondentů.

Respondenti s vyšším vzděláním (zejména vysokoškolským a vyšším odborným) častěji uvádějí, že kvízové pořady sledují za účelem získání nových informací. To naznačuje, že vzdělanější publikum má vyšší kognitivní motivaci – tedy sleduje pořady nejen pro zábavu, ale i kvůli rozšíření vědomostí. Naopak lidé se základním nebo středoškolským vzděláním bez maturity méně často souhlasí s výrokem. Častěji volí neutrální odpovědi, což může znamenat, že pro tuto skupinu nejsou kvízové pořady primárním zdrojem poznání, ale spíše formou volnočasové zábavy.



Graf - Výrok: Kvízové pořady sleduji raději s někým, než o samotě

Koláčový graf znázorňuje postoje respondentů k výroku „Na soutěžní kvízy raději koukám s někým, než sám/sama.“ Největší podíl tvoří neutrální odpovědi (33 %), což naznačuje, že mnoho respondentů nemá v tomto směru výrazné preference. Přibližně 43 % respondentů (zcela + spíše souhlasím) dává přednost sledování ve společnosti, zatímco 22 % (spíše + zcela nesouhlasím) preferuje sledování o samotě. Graf tedy ukazuje, že sledování soutěžních kvízů může mít sociální rozměr, ale neplatí to pro všechny – část publika zůstává indiferentní nebo preferuje individuální konzumaci.

I přestože nejvíce odpovídali lidi neutrálně, tedy že nedokážou určit, zda sledují kvízy radši ve společnosti, dá se předpokládat, že by někdy rádi sledovali kvízy sami a někdy v kolektivu. Když pomineme neutrální možnost, je bezpečné říct, že velké množství lidí rádo sdílí obsahy s někým dalším. To se mi koneckonců prokazuje i v rozhovorech, ve kterých frekventovaně zaznívá potřeba soutěžit s ostatními členy domácnosti nebo s návštěvou. Kvízy jsou brány jako socializační prvek i v rodinném kruhu, rozvíjejí konverzaci a podněcují k upevnění statusu v rámci blízkého kruhu.

*„(…) když jsem třeba na návštěvě a je u toho třeba mamka, tak soutěžíme i mezi sebou, nebo třeba někdy se sestrama. Není to tak, že bych přišel a řekl, ať mi zapnou AZ kvíz, ale když to běží, tak si o tom povídáme a sledujeme to spolu a soutěžíme mezi sebou.“* – Petr R.

*„Samozřejmě může to být součást konverzace, okořenění konverzace, když to má člověk ještě v hlavě z nedávna, když to viděl. Může tím tu konverzaci začít, přidat to do ní.“* – Martin D.

*„Když se koukám s taťkou, tak o tom třeba i pak diskutujeme, rozvíjí to konverzaci. (…) Musí mě to hodně zaujmout (k dohledání informace). Hlavně si dohledávám ty věci z mého oboru, které neuhádnu. Když je to něco z biologie a nevím to a zaujme mě to, tak si to dohledám.“* – Denisa Č.



Graf - Výrok: Komentuji příspěvky ohledně pořadů na sociálních sítích

Další graf ukazuje postoje respondentů k výroku „Komentuji příspěvky ohledně kvízových pořadů na sociálních sítích.“ Většina respondentů s tímto výrokem nesouhlasí – téměř polovina (49 %) zcela nesouhlasí a dalších 13 % spíše nesouhlasí. Jen malý podíl respondentů (2 % zcela a 5 % spíše souhlasí) se do komentářů skutečně zapojuje. Tento výsledek ukazuje, že většina diváků pasivně konzumuje obsah o kvízových pořadech a aktivní účast na sociálních sítích je minoritní. To může mít význam pro úvahy o online komunitách fanoušků a o míře participace publika.

I přes očekávání participace na poli sociálních sítí se neprokázalo, že by sledující kvízových pořadů aktivně přispívali na jejich sociální sítě. Aktivní participace je spíše výjimečná. Tyto hodnoty jsem porovnávala s hodnotami stejnými, akorát pro zpravodajství. Vzorek se svými odpověďmi opakuje v nesouhlasu. Nicméně o něco málo více lidí zvolilo „spíše souhlasím“.

Informanti byli tázáni na svou participaci na poli sociálních sítí v kontextu pořadů. Ať už na komentování, nebo vyhledávání obsahů. Většinou k nim měli negativní postoj. Zmiňují ale náhodné sledování prostřednictvím algoritmu sociálních sítí a jejich neignorování.

*„Ne že bych vyhledával sám ukázky těch soutěží, ale samozřejmě mi to skáče. Tyhlety krátký videa musej být úderný, rychlý a musej zaujmout, takže když už to rozkliknu, tak dokážou to, proč to dělaj. Takže když potkám reklamu na TV pořad, tak si ji pustím.“* – Martin D.

Respondenti odpovídali v případě změn ve sledování po začátku navštěvování hospodských kvízů. Možnost „kvízy jsem sledoval\*a méně, než je sleduji teď“ zvolilo 84 % lidí, kteří momentálně sledují kvízy velmi často (19) či pravidelně (17). Zde by mohlo jít o zjišťování informací do hospodských kvízů, jak uváděli někteří informanti. Naopak ale ti, co předtím sledovali kvízové pořady, teď ve 27 % uvádí, že je nyní sledují méně. To mě přivádí ke skoro století starému výzkumu H. Herzog (viz strana 19 v této práci) a jí potvrzené tezi o vlivu četby na kompetenci v odpovědích na otázku, ale zároveň o úpadku zájmu o četbu vlivem jejího nahrazení rozhlasovými kvízy jakožto informačním kanálem.



Graf - Výrok: "Soutěžím" se studiovými soutěžícími

Zde vidíme zachycení souhlasu respondentů s výrokem „Soutěžím se studiovými soutěžícími“ – tedy zda se během sledování kvízových pořadů aktivně zapojují a snaží se odpovídat na otázky. Více než polovina respondentů (35 % zcela a 30 % spíše souhlasí) uvedla, že takto pořady sleduje, což naznačuje vysokou míru interaktivního sledování. Jen menší část respondentů nesouhlasí, a pouhých 2 % se nedokážou vyjádřit. Výsledky ukazují, že většina diváků se do dění v pořadech mentálně zapojuje a aktivně si testuje své znalosti, což podporuje představu o kvízových pořadech jako o formě zábavného sebehodnocení.

Kvízy dle tvrdých dat silně slouží ke vědomostní sebereflexi, což zároveň reflektují i kvantitativní rozhovory se všemi informanty. S výrokem „Kvízovými pořady testuji své znalosti“ zcela souhlasí 174 respondentů a 144 jich spíše souhlasí. Dohromady tvoří cca 81 % vzorku. Předpokladu slouží pozitivně i výrok „Pokud znám odpověď, cítím se vzdělaně“, jelikož s ním zcela souhlasilo 123 respondentů a spíše souhlasilo 173. Ti formují 75 % vzorku.

Informanti často zastávají kompetitivní postoj vůči studiovým soutěžícím, i když jim do velké míry fandí k výhře. Zároveň mají částečně pozitivní postoj i k odborníkům v případě Na lovu.

*„(…) když ten člověk neví ani jako triviální otázku, tak se mu třeba i zasměju, ale asi bych neřekl, že se je snažím porazit… když už pak dojdou do té části, kdy maj nějakou slušnou částku a snaží se porazit lovce ve finálové štvanici, tak jim fandím určitě. Ale když už je (lovec) dokáže porazit, tak spíš jako si říkám jo, je fakt dobrej. Kor když jako, ten nejlepší z nich, ten Vševěd. Nad tím prostě zůstává rozum stát, ten tam fakt převyšuje všechny“* – Martin D.

*„Samozřejmě jim fandím, vždy chci, aby ti soutěžící vyhráli. I když je tam někdo nepříjemnej, tak podvědomě chci, aby vyhráli.(…) Zrovna v Na lovu je (lovce) neberu jako negativní. Ale vnímám, že jsou top ve svých oborech a mají větší rozhled.“* – Vojtěch P.

V tomto aspektu pořadů jsem od informantů získala nejvíce informací. Byli otevření mluvit o jejich soutěživosti, sebehodnocení a hodnocení pořadu a soutěžících. Porovnávaní se probíhá ve všech pěti případech.

*„Odpovědi se snažím vystřelit dřív než oni. Když je něco, co bych měl extrémně znát, třeba ta chemie, tak si říkám, že jsem se měl líp učit. Motivuje mě to si k tomu víc zjišťovat.“* – Petr R.

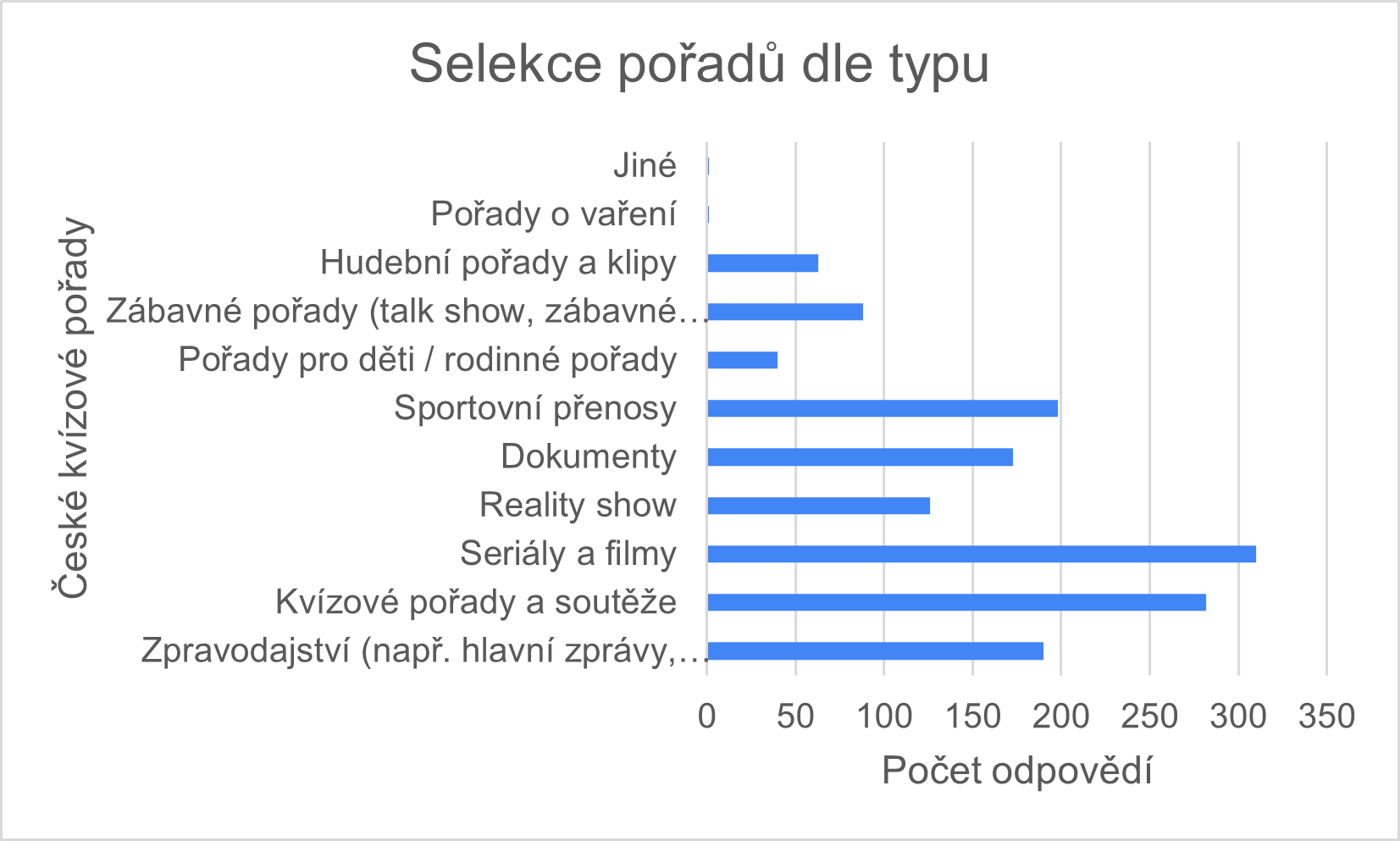
„*(…) možnost porovnat svoje vědomosti s těma lidma. Jak se říká, člověk toho z gauče ví víc.“* – Vojtěch P.

*„Já si spíš asi potvrzuju svoje vlastní znalosti, neříkám si, že musím být lepší než oni. Dá mi to takový sebevědomí. Říkám si, že jak nejsem v tom studijním procesu, tak neztrácím všeobecný rozhled znalostí.“* – Anežka F.

*„(…) zkusit si to nanečisto. Bejvá tam čas odpovědět i před tím soutěžícím. Takže když koukám s přítelkyní, tak si oba zkusíme tipnout nanečisto.“* – Martin D.

Petr R. konstatuje jednoduchost a všeobecnost otázek, a vnímá kvízové pořady primárně jako časovou výplň v ohledu rutinního sledování. Vzhledem k jeho nezaměstnanosti však využívá kvízy i jako únik. Konstatováním jednoduchosti potvrzuje svojí intelektuální kompetenci.

*„Ty otázky jsou obecně prostě hrozně jednoduchý. Je to jen fakt o úplně obecným rozhledu… prostě vše, co by člověk měl znát. Celkově je televize rutina. Před kvízem jsou nějaký cestománie, po něm jsou Černý ovce. Jsem doma, mám ten čas, tak si to pustím*. *Přerušuju takhle rád třeba hledání práce a tak podobně.“* – Petr R.



Graf - selekce pořadů: multiple-choice

Při multiple-choice dotazu na selekci televizních formátů lidi nejčastěji označovali seriály a filmy (310) a hned za nimi kvízové pořady a soutěže 282). Zpravodajství je čtvrtý nejsledovanější televizní formát. Neznamená to ale, že respondenti nekonzumují jinou formu zpravodajských kanálů. Většina odpovědí byla kombinovaná, samostatné zpravodajství bylo v této sekci označeno jen jednou a kvíz dvakrát. 152 respondentů uvedlo kvízy se zpravodajstvím zároveň. 130 jich uvedlo jen možnost kvízů s ostatními pořady, 38 zase uvedlo pouze zpravodajství s ostatními pořady. I tak se ale dá říct, že respondenti nepreferují pouze zábavu, ale i informativní obsah.

Jak jsem už uvedla v předchozím odstavci, 282 respondentů uvedlo kvízový pořad jako jeden ze sledovaných pořadů. 72 respondentů dále označilo kvízový pořad za jejich nejoblíbenější typ pořadu – tedy opět druhým za seriály a filmy (159). Následují sportovní přenosy a zpravodajství v televizi (51). U respondentů se tedy dá předpokládat silná míra v zálibě kvízových pořadů.

Zajímavé mohou být výsledky hypotézy o vysokoškolácích a jejich nižší míře dohledávání informací. Tu jsem odvozovala z výsledků rozhovorů (konkrétně např. Martin D. – vysokoškolská přítelkyně jako informační zdroj pro středoškoláka s maturitou) a částečně se se ukázala být platnou.

*„Moje přítelkyně je takový ten typ, že ke všemu má většinou co říct. Takže já mám vedle sebe to vyhledávání, které ani nevyhledávám. Ona taky studovala antropologii a celkově škola a vědomosti jí vždycky byly blízký a většinou má ke všemu co dodat, takže když už je tam něco, co řeknu, že mě zajímá a nevím, tak ona mi to většinou řekne.“* – Martin D.

Z publika vysokoškolského vzdělání si dohledává informace 58 %, středoškoláci s maturitou si je dohledávají v 68 % případů. Vzorek lidí základního vzdělání je sice nízkého počtu, avšak k dohledávání informací se hlásí 78 % lidí. Naopak nejnižší míru vyhledávání zaznamenávají středoškoláci bez maturity. Tento jev nelze vysvětlit bez dalších doplňujících otázek, které můj dotazník bohužel neobsahuje. Další studie stojí za zvážení.

Obsah obrázku text, svíčka, Písmo

Obsah vygenerovaný umělou inteligencí může být nesprávný.Graf znázorňuje výběr konkrétních televizních kvízových pořadů podle dosaženého vzdělání respondentů. Jelikož se jednalo o víceodpovědní otázku, respondenti mohli zvolit více pořadů. Největší oblibu napříč všemi vzdělanostními skupinami získaly pořady „Na lovu“, „Na lovu – hvězdný speciál“ a „Máme rádi Česko“, které zároveň vykazují výraznou převahu u respondentů se základním vzděláním. Respondenti se středoškolským vzděláním s maturitou rovněž často volili tyto pořady, ale s větší rozmanitostí volby napříč ostatními tituly. U vysokoškolsky vzdělaných jsou volby rovnoměrněji rozloženy, nicméně v absolutních číslech jsou zastoupeni méně – což může odrážet buď menší počet respondentů v této skupině, nebo menší oblibu kvízových pořadů mezi vysokoškoláky.

Graf 14 - vzdělání a selekce kvízových pořadů

Celkově graf ukazuje, že výběr pořadů je nejbohatší mezi respondenty se základním a středoškolským vzděláním, zatímco s rostoucí úrovní vzdělání se volby více rozptylují a nejsou tak koncentrované na několik hlavních titulů. Lze si všimnout, že Kde domov můj je preferovanější u vysokoškolsky vzdělaných, i když hodnoty ostatních skupin klesají. Je znám pro svou vyšší náročnost. Máme rádi Česko má u vysokoškolské skupiny podobnou hodnotu, i když hodnota v rámci dalších skupin je u něj vyšší než u většiny pořadů. Máme rádi Česko je pořad, ve kterém značně hraje roli aspekt hry nebo hravosti. Myslí se tím střídání sekcí otázek, různorodost témat, která jsou navíc velmi popularizovaná, světelné efekty ve studiu, velký výskyt rekvizit a hudební doprovod. Kdyby nebylo otázek, které vyžadují širší znalost české historie, geografie a populární kultury, dala by se tato soutěž zařadit do škatulky herních shows, kam patří například Co na to Češi.

Tři z pěti informantů zmiňují aspekt hry jako pozitivum kvízových pořadů, a to hlavně v případě Máme rádi Česko. Líbí se jim, že neobsahuje jednoduchý formát otázka-odpověď, ale doprovodné hry, které pořad ozvláštní. Svou roli v oblíbenosti pořadu zde hrají i celebrity a jejich posazení do nekonvenčních situací. Informanti volí slova, která je s celebritami pojí v parasociálním vztahu.

*„(…) třeba tenhleten pořad (MRČ) můžu hodnotit hodně kladně, ten mě baví. Už protože tam jsou známý lidi, celebrity a takový.“* – Martin D.

*„Není to jen otázka, na kterou odpovídáš, je to trochu náročnější. Není to hra jen o znalostech, musí se tam projevit tvý ostatní kvality. Zeměpisné znalosti, znalost písniček a filmů. A chodí tam známé osobnosti. Což teda mně je asi jedno, mě by to bavilo asi i kdyby tam obsazovali normální lidi, ale chápu, že to může být pro většinu lidí atraktivní. Mně se nejvíc líbí typ těch soutěží.“* – Denisa Č.

*„Nemám ani jednoho radši (Kotek nebo Prachař), ale baví mě, jak mezi sebou bojujou.“* – Denisa Č.

*„Ta trojka Bouček, Kotek a Prachař je dost komická a oživuje to. Jak oni to spolu dělaj dlouho a rejou do sebe, to je super. Je mi teda trochu líto Kotka. Asi jako většině lidem. Ten Prachař je hrozně chytrej. Třeba jak je v tom Inkognitu, tak mu to pálí. Ne že by jako Kotek nebyl chytrej, ale Prachař je v tom lepší.“* – Anežka F.

Denisa Č. a Anežka F. se shodly v oblíbenosti soutěže, kdy si celebrity posílají v kruhu „bombu“ schovanou ve velkém dárkovém obale, přičemž odpovídají na poměrně jednoduché všeobecné otázky, často s možnostmi 50 na 50. V určitém časovém limitu bomba vybuchne a tým, jehož hráč dárek drží, prohrává soutěžní body.

*„Je to o znalostech, ale i o náhodě. Jsi tam pod tlakem. Můžeš si všímat, jak ty soutěžící reagujou na stres.“* – Denisa Č.

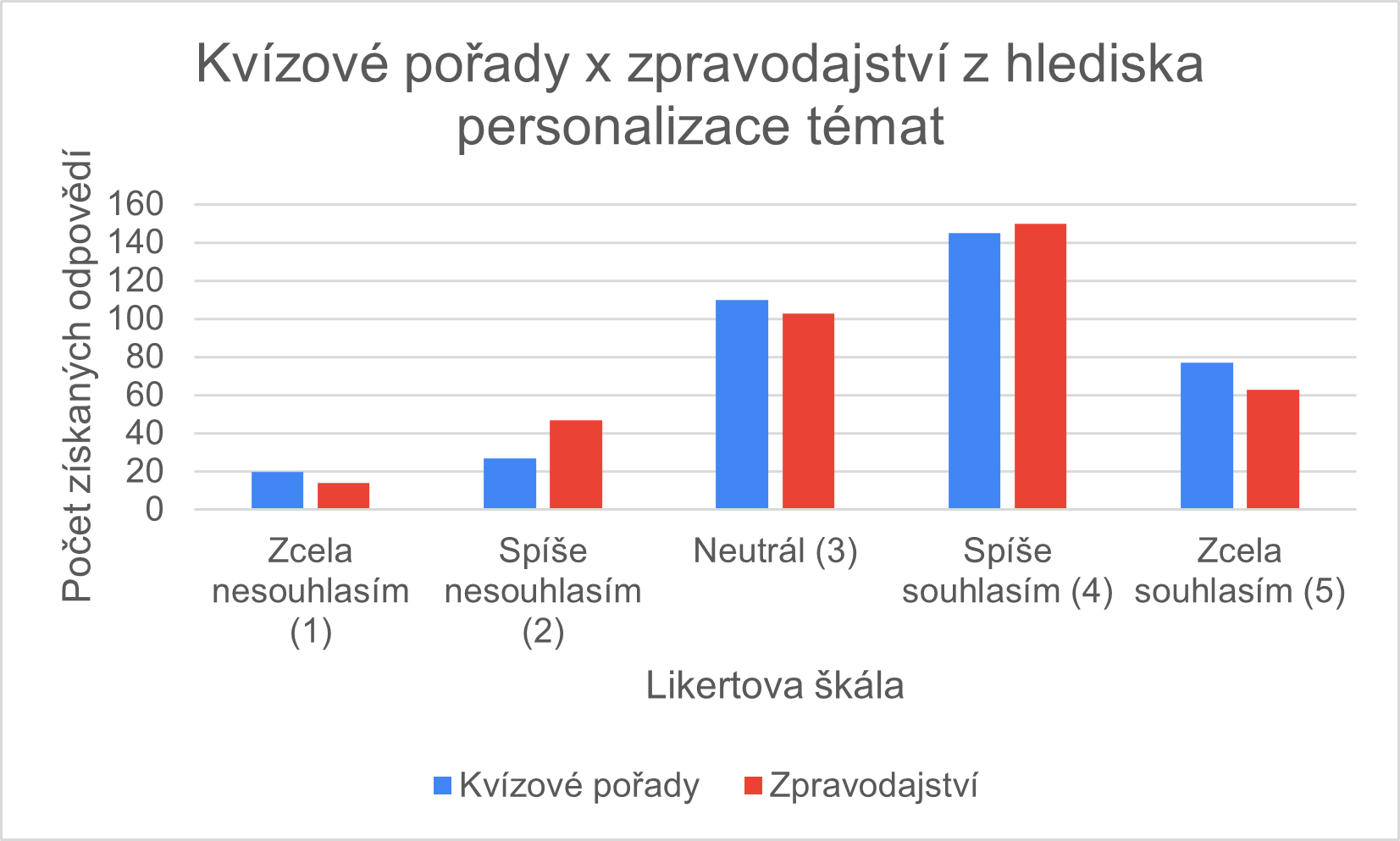
Dotazovaní, kteří vůbec nesledovali televizní kvízy, uváděli znalost A-Z kvízu nejfrekventovaněji, méně pak Na lovu a Máme rádi Česko. Dle jejich odpovědí nepovažují formát za zábavný a ani za informačně přínosný. Skoro všichni z nich přitom chodí na kvízy pravidelně. Jejich vybranými informačními zdroji jsou internetové zprávy, rodina a přátelé a odborné publikace. Jeden z respondentů přiznal konverzaci jeho hospodského týmu nad tématy z kvízových pořadů a jeho následnou motivaci si pořad pustit. Zde by ale byl potřeba větší vzorek lidí, kteří kvízy nesledují, aby přinesl prokazatelnější a zajímavější výsledky.

Z rozhovorů jsem se mimo jiné dozvěděla i to, že informanti selektují pořady nepřímo také na základě vnímání vysílacího kanálu. Tedy voli obsah podle toho, jakou má daný kanál „reputaci“

*„(A-Z Kvíz) mě baví. Hlavně to spojování políček. Ale třeba nic z Barrandova. Tam ani nevím, co je pořádně. Ale obecně bych si nepustila nic z Barrandova. Přijde mi to jako ztráta času. Nevyhledávám to a je to pro mě pokleslá televize.“* – Anežka F.

„*Volil bych hravější, jednodušší, otevřenější hru než A-Z kvíz, kde člověk jen stojí a dostává otázku za otázkou. Jedinej hravej element je spojování tří stran a možnost si spojit dva obrázky. Teď přemýšlím, že je to asi dělané i podle toho, jaká televizní stanice to vysílá. Přeci jen ČTčko je vnímané jako takové víc suverénní. (…) ČTčko se musí držet nějakých hranic. Třeba Kde domov můj je zas další hra/pořad vědomostní, kterej je docela těžkej, ale zase drží se tý Český republiky, těch krajů, těch měst, těch znalostí ohledně toho, na ČT nedostaneš nějakou ptákovinu, která je fakt jako šílená. Je to seriózní pořad. (…)Takže bych se zase řadil do toho Nova nebo Prima bucketu“* – Martin D.

Další hypotézou byla vyšší míra emocionální úlevy během sledování kvízových pořadů, než-li u zpravodajství. Výsledek mě zajímal především kvůli nejednoznačným výpovědím informantů na toto téma. Skóre relaxace se značně liší: kvízové pořady mají 4,07 bodů na škále 1-5, zatímco zpravodajství obdrželo 2,79 bodů. Rozdíl je tak víc než celý bod a hypotéza tedy platí.



Graf - Porovnání výběru témat (kvízy x zpravodajství)

Respondenti jen o trochu více přizpůsobují sledování svým zájmům volbou kvízových pořadů, a to konkrétně z hlediska vyhledávaných témat. Z předchozích rozhovorů lze tuto informaci doplnit o několik zmínek týkajících se zvýšené pozornosti při zaslechnutí divákova oblíbeného soutěžního tématu. Kvízové pořady mají 3,61 bodů a zpravodajství 3,53. Pořád lze říci, že v obou případech vzorek opravdu vyhledává specifická témata a snaží se o jejich selekci.

Diváci vyhledávají v pořadech témata, která souzní s jejich zájmy, aktivitami volného času nebo studijním oborem. Informanti často zdůrazňují jejich potřebu nacházet ve kvízech „jejich“ témata k zachování alespoň jejich částečné pozornosti. Zároveň jim správné odpovědi na otázky zvyšují sebevědomí. Denisa Č. věnuje pozornost nedostatečnosti otázek z jejího vědního oboru vzhledem k jeho přílišné komplexnosti. Potvrzuje tím tak odlehčenou formu informací v pořadech, která sledující neodradí svou náročností.

*„Pro ten pocit, že jsem do toho víc vtažený, tak je pro mě lepší, když ty otázky jakoby znám. Lepší je, aby byly pro mě lehčí, abych věděl správný odpovědi a měl z toho dobrej pocit.“* – Vojtěch P.

*„(…) nechci znít nějak špatně, ale může za to to, že ta chemie je tak náročnej obor a malá část společnosti je vzdělaná natolik, že by z toho mohli dělat otázky. Myslim, že by to nikdo moc nevěděl, nedokážu si to představit. Je to komplexnější problém, nad kterým nejde uvažovat v rychlosti, nejde odpovědět jedním slovem. Ta znalost v chemii je tak propojená, a proto je tak málo obsažená.“* – Denisa Č.

Anežka F. a Martin D. se ve svých odpovědích shodují ve vyhledávání bizarností v médiích. Zatímco Martin D. je vyhledává v zábavní sekci televizní tvorby, Anežka F. je selektuje v rámci bulvárních zpravodajských portálů.

*„Čas od času se tam dostane i nějakej bizár, nebo vtipná odpověď nebo situace. Takže i to pobavení tam může bejt, i když to asi není v těch kvízovejch pořadech na prvním místě.“* – Martin D.

*„(Ve zpravodajství nevyhledávám) nic seriózního. Baví mě, když maj hrozně vtipně pojmenovaný ty články. Třeba když jsou tak dramaticky nebo vtipně napsaný, tak kouknu, o čem to je. Pak se směju tomu pojmenování, když ten článek zas není tak zajímavej. Že k tomu dokážou vymyslet takovejhle titulek.“* – Anežka F.

V neposlední řadě je nutné rozebrat výsledky pro informační důležitosti pro hospodské kvízy ze zpravodajského zdroje a kvízového pořadu. Zde jsem opět výrok formovala hlavně na základě rozlišnosti v kvalitativních výpovědích. Nakonec mi však vyšlo na bodové škále zpravodajství o něco více užitečné než kvízové pořady: 4,1 pro zpravodajství a 3,96 pro kvízové pořady. To však nemění nic na tom, že obě hodnoty jsou vysoké, a tedy platné jako informační zdroj pro hráče hospodského kvízu.

Kvízové pořady slouží informantům i v jejich roli hráče hospodského kvízu. Znalosti těchto dvou zálib se propojují a informace jsou oboustranně využitelné.

*„Z hlediska hraní hospodských kvízů, to vidím asi jako nejvíc uplatnitelné. Celkově asi rozšíření obzorů, něco vědět, nebýt zlatá rybička, která pluje dokola, ke který bych se asi přirovnal pak když hodinu scrolluju Instagram.“* – Martin D.

*„To se stává celkem běžně, že se spoustu těch otázek (z pořadů) objeví v kvízech.“* – Petr R.

Zároveň se při dotazu na ideální rozpoložení sil soutěžících v pořadu informanti přiklánějí k variantě tým proti týmu, jako je to například v herním pořadu *Co na to Češi*. Zmiňují podobnost s hospodskými kvízy a výhodu týmové spolupráce.

*„Asi mě nejvíc baví dvě skupiny amatérů proti sobě. Líbí se mi ten týmový duch a nadšení z toho. Možnost se doplňovat, když jeden neví. Vlastně i tím, jak chodím na hospodský kvízy, tak tam taky jsou ty skupiny. V něčem mi to přijde podobný.“* – Vojtěch P.

*„Myslím, že jsem týmovej hráč, takže mně by se líbílo hrát třeba takhle. Víc než ty jednotlivci. Hlavně když něco nevíš, tak to není jen na tebe a neznamená to, že nevíš a skončil jsi.“* – Denisa Č.

*„Asi třeba tým proti týmu. Třeba příklad, není to vědomostní, ale Co na to Češi, jak je tam ta rodina nebo kamarádi nebo tak. Když pominu, že to není vědomostní soutěž, tak ten koncept týmu mi přijde jako zajímavější.“* – Martin D.

Během rozhovorů jsem se ptala na kontrolu formulace otázek v televizi, a také kontrolu a postoje vůči zpravodajským obsahům. Informanti vkládají mnohem větší víru do správnosti otázek a jejich formulace než do zpravodajské objektivity. V obou případech hraje roli míra přítomnosti odborníků.

*„Já už jsem tak trošičku zdegenerovanej těma hospodskýma kvízama, když teď odbočím, tak jakožto hráči mi prošlo pod rukou velké množství otázek, nebo i jako moderátorovi, tak tam to dělaj prostě trochu víc laicky, než ta televize, která na to má jako mnohonásobně větší rozpočet, takže v hospodském kvízu bývají ty otázky mnohem hůř položený než by mohly být, v televizi si nevybavím, kdy naposled to takhle bylo. Ale najde se nějaká, kdy odpověď nebo otázka jsou definovaný hůř, než by mohly být.“* – Martin D.

V porovnání s:

*„ČRo, ČT, number one. Ta Nova z Primou taky, nemám důvod je osočovat z nějakejch lží nebo pozměňování reality, ale tam už bych věřil tomu, že je možný narazit na něco takovýho. To co řeknou na óčku, to asi neberu. To je stejný jak s rádiama, tam taky interpretujou to, co už někdo někde řekl a ten posluchač si to přebere podle svýho.“* – Martin D.

Anežka F. trvdí, že z dlouhodobého hlediska v ní utkvívají informace z kvízových pořadů, jelikož u zpravodajství se člověk nezamyslí, pouze informaci přijímá. Petr R. věnuje větší pozornost kvízovým pořadům, ale oběma obsahům se věnuje intenzivně. Informanti z části obecně zmiňují zpravodajskou negativitu, a to zejména v televizním zpravodajství. Dávají přednost selekci v rámci internetového zpravodajství a také sociálních sítí. Martin D. uvádí jako jeden ze svých informačních zdrojů výměnu informací například v kruhu účastníků hospodských kvízů. Zároveň zmiňuje nutnost kritického myšlení a konzumaci zpravodajství za účelem osvěty a rozšíření obzorů.

### 5.3 Diskuze

Soubor výsledků jak z kvalitativního, tak z kvantitativního výzkumu prezentují pozitivní vztah účastníků hospodských kvízů k soutěživosti, sdílení zajímavých témat a jejich aktivní a selektivní sledování, a to z hlediska kvízů i zpravodajství. Pořady sledují s vědomým záměrem. Formulace většiny mých hypotéz je z většiny platná a vykresluje publikum účastníků jako aktivní a motivované příjemce v rámci teorie užití a uspokojení.

#### 5.3.1 (Ne)platnost hypotéz

H1 o *vysoké míře aktivity při sledování* je platná, respondenti popsali různé formy zapojení, jako je hledání odpovědí, zapisování zajímavých informací, diskuze nad otázkami a srovnání se soutěžícími. Tato aktivita je častější než pasivní sledování pořadu jako "kulisy". Výsledek koresponduje s rámcem UGT, který publikum chápe jako aktivního činitele v mediální komunikaci.

H2 *– většina respondentů preferuje sledování kvízových pořadů ve skupině* – je platná. I přestože respondenti často volili neutrální odpověď na tuto otázku, velké množství s ní souhlasilo. Sdílení zážitku posiluje divákovu soutěživost a potřebu diskuze.

Hypotézu H3 je rovněž možné považovat za platnou. Respondenti sledují kvízové pořady *vlivem začlenění do komunity*. V rozhovorech zaznělo, že členové kvízových týmů mezi sebou pořady doporučují, sdílejí tipy a sledují známé "lovce", kteří se objevují jak na obrazovce, tak osobně v hospodských kvízech. Kvízová komunita tak funguje jako významný socializační prvek, který motivuje ke konzumaci televizních pořadů.

Soutěživost v H4 můžeme také považovat za platnou. Mnozí informanti popisovali „mentální zápas“ se soutěžícími jako jeden z hlavních důvodů sledování. Na Likertově škále vyšel jasný výsledek o platnosti. Tento typ sledování má výraznou sebehodnotící funkci – divák testuje vlastní schopnosti a získává zpětnou vazbu na své znalosti.

Hypotéza 5 je platná jak v dotazníkových datech, tak v rozhovorech. Televizní kvízové pořady slouží respondentům především k sebehodnocení a ověřování znalostí. Informanti často uváděli, že díky sledování lépe poznávají své silné i slabé stránky a identifikují oblasti, ve kterých se mohou zlepšit. To podporuje předpoklad UGT o potřebě osobní reflexe a zpětné vazby.

Hypotéza H6 se částečně ukázala být platnou. Vysokoškoláci si vyhledávají kontext informací z pořadů méně než středoškolsky vzdělaní s maturitou a lidé základního vzdělání. Vyhledávají je však více než množina respondentů se středním vzděláním bez maturity.

H7 je taktéž částečně platná. Informanti uváděli, že u kvízů dokážou lépe „vypnout“ než u zpravodajství, které často přináší negativní nebo stresující informace. Kvízy oproti tomu nabízí zábavnou formu intelektuální výzvy, která působí pozitivně na psychickou pohodu.

Hypotéza 8 lze uznat za platnou v několika rovinách. Informace z pořadů jako Na lovu nebo AZ-kvíz jsou často využívány přímo v hospodských kvízech. Respondenti uváděli, že si tyto poznatky pamatují lépe než například zpravodajské informace, které vnímají jako více odosobněné nebo obtížně přenositelné do praxe.

#### 5.3.2 Limity výzkumu

Přestože má kombinovaný výzkum zajímavé výsledky a komplexní pohled na zkoumaný fenomén, má i řadu omezení. Konkrétně výběrový soubor byl do určité míry homogenní, zejména z hlediska věku či vzdělání. Vyšší vzdělání převažovalo zejména v kvantitativní části, což mohlo ovlivnit výslednou podobu analyzovaných dat, konkrétně v informačních motivacích a intenzitě sledování. Většina respondentů spadá do skupiny produktivního věku, což by zase mohlo narušit intenzitu sledování, jelikož naopak vzorek neobsahoval příliš důchodců a lidí předdůchodového věku. Z čehož nemůžu ale přímo vinit sociální síť Facebook, jelikož je využíván spíše staršími generacemi. Co mu ale můžu přisoudit, je sebevýběr respondentů. Lze předpokládat, že respondenti sdružující se v tematizovaných facebookových skupinách mají o tématiku kvízů větší zájem a vyšší motivaci se tak zapojovat do dotazníkového šetření. Jako jeden z největších limitů vnímám realizaci polostrukturovaných rozhovorů online, už kvůli tomu, že jsem se nemohla soustředit také na informantovu gestiku a bylo obtížnější slyšet (i v nahrávce) jejich hlasovou intonaci při prezentování odpovědi, což je mohlo trochu zkreslit. Zároveň je online prostředí značně chladné, a proto nedokáže nikdy navodit tak komfortní atmosféru jako osobní kontakt. V neposlední řadě bych zpětně volila etnografičtější přístup, při kterém by se lépe ukázala povaha zúčastněných informantů a jejich reálnější, podvědomější reakce na dotazy či samotné sledování (např. při zúčastněném pozorování). Mým návrhem pro další výzkumy by bylo rozšířit výběrový soubor a postihnout tak širší věkovou a vzdělanostní variabilitu. Výzkum by měl být doplněn o porovnání s osobami mimo komunitu, přičemž by se zjišťovaly podobnosti/rozlišnosti v motivacích. Zajímavost vnímám i v hlubším, etnografickém výzkumu komunity a porovnání dalších obsahů, ideálně z hlediska jejich informační přínosnosti. Dále by mohlo být zajímavé zkoumání způsobů komunikace o pořadech a sdílení si mediálních zážitků. Metodologicky by šla přidat k výzkumu i nějaká technologicky zaměřená varianta (např. měření screentime pro přiblížení dat o intenzitě). Navrhuji také znovu a lépe přezkoumat diváckou participaci na sociálních sítích a jejich zapojení v obsahu, jelikož je to něco, co přináší moderní UaG teorie.

### 5.4 Závěr

Tato bakalářská práce si kladla za cíl prozkoumat hlavní i vedlejší motivace účastníků hospodských kvízů ke sledování televizních kvízových pořadů. K teoretickému orámování byla použita teorie užití a uspokojení, která vnímá publika jako aktivní a cíleně jednající v jejich mediální konzumaci. Pro výzkum jsem využila kombinovanou metodu, sestávající z kvalitativních polostrukturovaných rozhovorů a kvantitativního dotazníkového šetření. Snahou bylo zajistit hlubší vhled do problematiky zkoumaného fenoménu a postavit oba výzkumy do vzájemného dialogu. Z výsledků se dozvídáme skutečnost, že účastníci hospodských kvízů televizi sledují poměrně aktivním způsobem. Tedy hádají odpovědi, srovnávají své znalosti se soutěžícími, hodnotí se na základě vlastních vědomostí. Motivaci vnímají v předávání informací, zábavu a socializaci a tvorbu a potvrzení vlastní identity. Významným je pro ně kolektivní rozměr sledování těchto pořadů v rámci komunity.

I přes neprokázání pravdivosti některých hypotéz, jako je participace sledujících na sociálních sítích, se většina opírá o data v obou částech výzkumu. Práce tak potvrdila předpoklad, že mezi komunitou účastníků hospodských kvízů a televizními kvízovými pořady existuje reálné funkční propojení, které se zakládá na soutěživosti, zájmu o vědomosti a nové informace a potřebě srovnávání.

Jako přínos této práce vnímám rozšíření výzkumu o specifickou, dosud přesně nedefinovanou komunitu, bez hlubší akademické reflexe. Vzhledem k narůstající popularitě hospodských kvízů vnímám důležitost v rozšiřování mediálních výzkumů.

# SEZNAM TABULEK/GRAFŮ

[Tabulka č. 1 - aktuální seznam vysílaných kvízových pořadů v České republice k datu 19.3.2025 14](#_Toc196347193)

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

[Graf 1 - věkové rozložení respondentů 31](#_Toc196347194)

[Graf 2 - zaměstnání v souvislosti se vzděláním 32](#_Toc196347195)

[Graf 3- respondenti podle regionu a velikosti obce 33](#_Toc196347196)

[Graf 4 - intenzita sledování 34](#_Toc196347197)

[Graf 5 - týdenní sledování televizních obsahů 35](#_Toc196347198)

[Graf 6 - Týdenní sledování kvízů v rámci TV vysílání 37](#_Toc196347199)

[Graf 7 - míra pozornosti 38](#_Toc196347200)

[Graf 8 - Výrok: Informace z kvízových pořadů si snažím aktivně zapamatovat 39](#_Toc196347201)

[Graf 9 - Výrok: Kvízové pořady sleduji kvůli nabytí nových informací 40](#_Toc196347202)

[Graf 10 - Výrok: Kvízové pořady sleduji raději s někým, než o samotě 41](#_Toc196347203)

[Graf 11 - Výrok: Komentuji příspěvky ohledně pořadů na sociálních sítích 42](#_Toc196347204)

[Graf 12 - Výrok: "Soutěžím" se studiovými soutěžícími 43](#_Toc196347205)

[Graf 13 - selekce pořadů: multiple-choice 45](#_Toc196347206)

[Graf 14 - vzdělání a selekce kvízových pořadů 47](#_Toc196347207)

[Graf 15 - Porovnání výběru témat (kvízy x zpravodajství) 50](#_Toc196347208)

# SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

BELL, Philip a Theo VAN LEEUWEN. The Media Interview: Confession, Contest and Conversation. Sydney: New South Wales Press, 1994.

BLUMLER, Jay G., 1979. The role of theory in uses and gratifications studies. Communication Research. 1979, roč. 6, č. 1, s. 9–36. ISSN 0093-6502.

BODDY, William. Fifties Television: The Industry and Its Critics. Urbana: University of Illinois Press, 1990. ISBN 978-0252017185

CRISELL, Andrew. An Introductory History of British Broadcasting. 2. vyd. London: Routledge, 2001. ISBN 978-0415248892.

DYER, Richard. Only Entertainment. 2nd ed. London: Routledge, 2009. ISBN 978-0-415-46975-6.

FISKE, John. Reading the Popular. London: Routledge, 1989. ISBN 978-0-415-03427-9.

FISKE, John. Television Culture. London: Routledge, 1987. ISBN 9780415039345.

FOUCAULT, Michel. Discipline and Punish: The Birth of the Prison. New York: Pantheon Books, 1977. ISBN 0-394-41775-5.

GRAY, Jonathan. Television Entertainment [online]. London: Routledge, 2009. Dostupné z: https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9780203869017. ISBN 978-0-203-86901-7.

HALL, Stuart. Encoding/Decoding. In: Hall, Stuart, et al. Culture, Media, Language. London: Routledge, 1980. ISBN 9780415039307.

HARALOVICH, Mary Beth, TROSSETT, Michael W. “Expect the Unexpected”: Narrative Pleasure and Uncertainty Due to Chance in Survivor. In: MURRAY, Susan, OUELLETTE, Laurie, eds. Reality TV: Re-making Television Culture. New York: New York University Press, 2004, s. 75–96. ISBN 978-0814732085.

HENDL, Jan. Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace. Praha: Portál, 2005. ISBN 80-7367-040-2.

HERZOG, Herta, 1940. Professor quiz: A gratification study. In: LAZARSFELD, Paul F., ed. Radio and the printed page: An introduction to the study of radio and its role in the communication of ideas. New York, NY: Duell, Sloan and Pearce, s. 64–93.

HOERSCHELMANN, Olaf. Rules of the Game: Quiz Shows and American Culture. New York: State University of New York Press, 2006. ISBN 978-0791466297.

HOFSTADTER, Richard. Anti-Intellectualism in American Life. New York: Alfred Knopf, 1974. Vydání původně z roku 1963.

HOLMES, Su a Sean REDMOND. Framing Celebrity: New Directions in Celebrity Culture [online]. London: Routledge, 2012 [cit. 2025-04-15]. Dostupné z: https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9780203715406. ISBN 978-0-203-71540-6.

HOLMES, Su. The quiz show. Online. Edinburgh: Edinburgh University Press, c2008. Dostupné z: https://ebookcentral.proquest.com/lib/natl-ebooks/detail.action?docID=380401

JENKINS, Henry. Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. New York: NYU Press, 2006. ISBN 9780814742815.

KATZ, Elihu; BLUMLER, Jay G.; GUREVITCH, Michael. Uses and Gratifications Research. Public Opinion Quarterly, 1973, roč. 37, č. 4, s. 509–523. ISSN 0033-362X

KLAUS, Elisabeth, 2016. From Listeners to Viewers: Herzog as the Founder of Qualitative Entertainment and Audience Research. European Journal of Communication. [online]. 31(1), 15–27.

LACEY, Nick. Narrative and Genre: Key Concepts in Media Studies. Basingstoke: Macmillan, 2000. ISBN 978-0333658724.

LASSWELL, Harold D. Propaganda Technique in the World War. Cambridge: MIT Press, 1927. ISBN 978-0262620015.

MACDONALD, Myra. Exploring Media Discourse. London: Arnold, 2003. ISBN 978-0340719047.

McQUAIL, Denis, BLUMLER, Jay G. a BROWN, J.R. The Television Audience: A Revised Perspective. In: McQUAIL, Denis a BLUMLER, Jay G., eds. Television and the Social Interest. London: Sage Publications, 1972, s. 135–165.

MITTELL, Jason. Before the Scandals: The Radio Precedents of the Quiz Show Genre. In: HILMES, Michele, LOVIGLIO, Jason, eds. Radio Reader: Essays in the Cultural History of Radio. London: Routledge, 2002, s. 319–342. ISBN 978-0415936194.

MOORES, Shaun. Interpreting Audiences: The Ethnography of Media Consumption. London: Sage, 1993.

MORLEY, David. Television, Audiences and Cultural Studies. London: Routledge, 1992. ISBN 9780415076982

NEALE, Steve. Genre and Television. In: CREEBER, Glen, ed. The Television Genre Book. London: BFI, 2001, ISBN 978-0851708528.

ORGAD, Shani. Media Representation and the Global Imagination. Cambridge: Polity Press, 2014. ISBN 978-0-7456-5239-7.

PAPACHARISSI, Z. a MENDELSON, A. L., 2007. An Exploratory Study of Reality Appeal: Uses and Gratifications of Reality TV Shows. Journal of Broadcasting & Electronic Media, 51(2), s. 355–370. Dostupné z: https://doi.org/10.1080/08838150701307152&#8203;:contentReference[oaicite:0]{index=0}.

PFEFFER, Wendy. Intellectuals Are More Popular in France: The Case of French and American Game Shows. In: ROLLIN, Roger B., ed. The Americanization of the Global Village. Ohio: Bowling Green State University Popular Press, 1989, s. 24–32.

ROOT, Jane. Open the Box: About Television. London: Comedia, 1986. ISBN 0906890780.

ROSENGREN, Karl Erik, 1974. Uses and gratifications: A paradigm outlined. In: BLUMLER, Jay G. a Elihu KATZ, eds. The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research. Berkeley: University of California Press, s. 269–286.

RUGGIERO, Thomas E. Uses and gratifications theory in the 21st century. Mass Communication and Society. 2000, 3(1), s. 3–37. ISSN 1520-5436. DOI: 10.1207/S15327825MCS0301\_02.

SEDLÁKOVÁ, Renáta. Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky. Online. Žurnalistika a komunikace. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-3568-9.

SENDALL, Bernard. Independent Television in Britain: Origin and Foundation: 1946–62. London: Macmillan, 1982. ISBN 978-0333327429.

Sundar, S. Shyam a LIMPEROS, Anthony M. Uses and Grats 2.0: New Gratifications for New Media. Journal of Broadcasting & Electronic Media [online]. 2013, 57(4), 504–525 [cit. 2025-03-26]. DOI: 10.1080/08838151.2013.845827.

ŠVIHÁLEK, Milan. ANO-NE: PŘÍBĚH JEDNÉ SOUTĚŽE. Online. In: Česká televize. 2000. Dostupné z: https://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/historie/novodoba-historie-ct/projekt-historicke-a-teoreticke-analyzy-televizni-tvorby/. [cit. 2025-03-20].

WEIYAN, Liu. A Historical Overview of Uses and Gratifications Theory. Online. Cross-Cultural Communication. 2015, vol. 11, no. 9, str. 72. Dostupné z: https://doi.org/10.3968/7415.

WHANNEL, Garry. The Price is Right but the Moments are Sticky: Television, Quiz and Games Shows and Popular Culture. In: STRINATI, Dominic, WAGG, Stephen, eds. Come On Down: Popular Culture in Post-War Britain. London: Routledge, 1992, s. 179–201. ISBN 978-0415079257.

WOOD, Helen. Active Audiences and Uses and Gratifications. In: ALVARADO, Manuel; BUONANNO, Milly; GRAY, Herman; MILLER, Toby, eds. The SAGE Handbook of Television Studies. London: SAGE Publications Ltd, 2014, s. 366–382. ISBN 978-0-7619-4741-7. uk.sagepub.com

# PŘÍLOHY

**Příloha č. 1: Polostrukturované rozhovory s pěti informanty - přepis**

*Rozhovor č.1*

Jméno, věk, pohlaví, vzdělání, zaměstnání, volný čas

- Petr R., muž, 47 let, VŠ vzdělání, inženýr chemie

- Střelba z D zbraní, lukostřelba, spikeball, rikochet, obecně mám rád sporty

- Nezaměstnaný

Sledujete televizní kvízy?

- Jen zcela výjimečně

Na kterých kanálech a které kvízy?

- V podstatě jen A-Z kvíz na ČT a Na lovu na Nově. Jiný kvízy ani nesleduju.

Máte o nich aspoň povědomí?

- Jako mám, ale nesleduju. Něco je na Primě, ale nevim, jak se jmenujou, … Na různých kanálech prostě někde zahlídnu, ale tím, že to nemám potřebu sledovat, tak si nepamatuju jména.

Jak dlouho průměrně denně sledujete kvízy?

- Tak pět minut v průměru, protože nekoukám každej den.

Dokážete říct, které dny koukáte třeba víc, nebo jestli nějaký den kvíz vynecháte?

- Obecně když je špatné počasí, tak se kouknu na ten A-Z kvíz, protože pak jsou Černý ovce. Při čekání na Černý ovce se koukám na A-Z kvíz, ten skouknu celej. Na lovu, to tak třikrát, čtyřikrát do měsíce. To je pro mě ztráta času. Jak říkám, zcela výjimečně.

Jaké jiné formáty sledujete víc?

- Jako pořady nejčastěji nějaké komedie nebo nějaké sitkomy, ať se člověk trochu zasměje.

V jaké denní době obecně televizi sledujete?

- Obecně večer. Od půl osmý na zprávy a pak na ten klasickej program. V podstatě každej den. Nedělím televizi na týden a víkend, zprávy sleduji každý den. Většinou pak kouknu i na film a podobně.

Pomocí čeho sledujete kvízy? (platforma)

- V podstatě jen na televizi. Kvízy jen na televizi. Celkově 95% televize a když mi unikne něco na ČTčku, tak si pustím iVysílaní. Pak nějaký YouTube a Netflix, ale jen, když mi fakt něco unikne, jinak televize.

Dokoukáváte kvízy do konce?

- Vždycky

Preferujete jeden z kvízů (AZ a Lov) víc?

- Není to preference, ale čekám na Černý ovce, takže na AZ kvíz koukám víc. Pak mám radši nějaký ty speciály Na lovu.

Vyhovuje Vám více kvízový pořad formou jednotlivec proti jednotlivci, odborník proti skupině, …?

- Obecně spíš soupeření rozvnocennejch soupeřů. To Na lovu je hrozně rychlý a člověk nemá čas na odpověď, navíc AZ kvíz je mnohem jednodušší, už jen kvůli nápovědě toho počátečního písmena. Takže je to strašně jednoduchý. A ty otázky jsou taky mnohem jednodušší.

Máte radši, když jsou ty otázky jednodušší?

- AZ kvíz je pro mě taková oddychovka, kdežto ten Lov je o dost víc stresující a je to taková větší show.

Máte pocit, že víc odpočíváte u AZ kvízu?

- Zaručeně. Ty otázky jsou obecně prostě hrozně jednoduchý. Je to jen fakt o úplně obecným rozhledu. Třeba jak se řekne pampeliška…Je to smetánka lékařská žejo… Prostě je to mnohem jednodušší, je to takovej lidskej… prostě vše, co by člověk měl znát. Lov je hrozně specifický, občas dost chytáky, člověk je jen tak neví, ale zas ty peníze jsou fakt velká motivace.

Když vezmeme konkrétně Na lovu, která z těch tří fází soutěže Vás nejvíc baví?

- Obecně je asi nejnapínavější ten finální lov, mě ale baví, jak individuálně soutěží proti lovci v druhé části. Jak máš na výběr ze čtyř odpovědí a vybereš tu správnou. To je takový, co mi nejvíc sedí. Člověk si zrovna nevzpomene na konkrétní odpověď, ale když ji vidí napsanou, tak vybere tu správnou.

Sledoval jste kvízy vždy?

- Nemám žádný oblíbený v minulosti, ale nejvíc jsem sledoval Milionáře. Je tam takovej rozdíl v tom, že všechno je teď takový zrychlený a tlakový, zatímco ten Milionář byl tak uměle natahovanej a zas je tam jinej druh napětí.

Jsou pro Vás TV kvízy nějaká rutina?

- Celkově je televize rutina. Před kvízem jsou nějaký cestománie, po něm jsou Černý ovce. Jsem doma, mám ten čas, tak si to pustím. Přerušuju takhle rád třeba hledání práce a tak podobně. Ale že bych kvůli tomu běžel z venku, abych si to pustil, tak to ne.

Máte špatný pocit, když Vám díl uteče?

- Ne, je to prostě moje vyplnění času

Jsou pro Vás otázky ze soutěží prakticky využitelné?

- Ten AZ kvíz určitě, prostě je o tom obecným rozhledu, co by měl člověk mít. Dost často je to o tom, že třeba si uvědomíš, že nějakou určitou oblast neovládáš, tak si třeba hledáš. Člověk koukne, co s tím souvisí a podobně. Kdežto Na lovu je střelba do mimořádných věcí, který nejsou životně nutný znát.

Občas jsou v pořadech dost specifická témata. Stalo se Vám někdy, že se to třeba objevilo v hospodském kvízu nebo v deskové hře atd.?

- To se stává celkem běžně, že se spoustu těch otázek objeví v kvízech.

Máte oblíbeného zadavatele otázek?

- Vysloveně asi ne. Jako třeba ten Sokol je takovej srandičkář, takže ten je celkem zábavnej, ale vysloveně se říct nedá. V AZ kvízu je buď ženská nebo chlap, ale jak se jmenujou, to už nevim. Mám radší toho chlapa. On je takovej zábavnější, ona je taková suchá.

Co se týče soutěžících, jaký typ Vám je blízký?

- Nejlepší jsou takový, že to třeba zkazej ale pak to dokážou uvést do vtipu. Nemám rád ty zbytečně přehrocený.

Snažíte se proti soutěžícím nebo lovcům vyhrát?

- Odpovědi se snažím vystřelit dřív než oni. Když je něco, co bych měl extrémně znát, třeba ta chemie, tak si říkám, že jsem se měl líp učit. Motivuje mě to si k tomu víc zjišťovat.

Za jakých okolností kvízy sledujete?

- Prakticky jenom doma. Tím, že bydlím sám, tak sleduju taky sám. Ale když jsem třeba na návštěvě a je u toho třeba mamka, tak soutěžíme i mezi sebou, nebo třeba někdy se sestrama. Není to tak, že bych přišel a řekl, ať mi zapnou AZ kvíz, ale když to běží, tak si o tom povídáme a sledujeme to spolu a soutěžíme mezi sebou.

Píšete si třeba o těch otázkách s přáteli/rodinou?

- Vůbec. Občas se stane, že se mě třeba lidi ptaj, jestli jsem viděl dnešní díl, nebo že by mi třeba ty otázky sedly, kámoši se mě ptaj, co si o tom myslím, na otázky, který spadají pod mé vzdělání.

Sledujete zpravodajství?

- Ano. Většinou Televizní noviny, a pak když jsou hodně důležitá témata, tak hlavně teda CNN, protože tam mi přijdou fakt nejsolidnější. Nova se snaží samozřejmě šokovat, kdežto CNN je takový spíš zpravodajský, že se snažej nevnášet do toho svůj pohled, jen předávaj informaci a nijak ji nehodnotí.

Události vůbec nesledujete?

- Většinou ne. Jestli jo tak asi dvakrát, třikrát do týdne, ale rozhodně nekoukám celou dobu. Pro mě Česká televize nemá vypovídající hodnotu.

Jakto?

- Mám dojem, že ty CNN jsou prostě solidnější.

Kdybyste měl nějakou škálu objektivity, na jakou příčku byste jednotlivá zpravodajství posadil?

- Co se týče objektivity, CNN je jednoznačně nahoře, pak teda spíš ta ČT, pak Nova a Prima, přičemž Primu dávám víc nahoru, ale víc koukám na Novu. Co se týká seriózních informací, ty hledám na CNN.

Které téma zpravodajství Vás nejvíc zajímá?

- Tak asi nejvíc koukám na sport a pak ten celosvětovej řád, teď zrovna ty různý války, co se na nás chystá, hodně ekonomika a hospodářství, jak naše český, tak evropský, tak celosvětový, aby člověk věděl, nad čím se dá přemýšlet, co by nás mohlo čekat.

Kde sledujete zpravodajství?

- Tři čtvrtiny televize, 25% online informace – články a podcasty

Dokoukáváte zprávy do konce?

- Jo.

Přepínáte mezi nimi?

- Většinou ne. Nechávám si televizi puštěnou do ucha a do toho si třeba čtu nějaký online článek

Co Vás nejvíc táhne k CNN Prima News?

- Nejvíc v tuhle chvíli celosvětový debaty, válka, ekonomika, hospodářství

Styl podání informací je Vám blízký kde?

- Nejvíc ta Nova, oni mají asi nějaký kód, jak se maj chovat, ale občas do toho hodí nějaký vtípek a to se mi líbí. Že člověk přijme tu informaci a ještě se pobaví. Objektivita je největší CNN a zábava na Nově

Řešíte aktuálnost zpráv?

- Jo určitě. Třeba že mi přijde, že se něco dlouho táhne, nebo mají zpoždění, že jsem to někde viděl. Třeba nova mívá lehké zpoždění tím, že už to jednou dávaj v poledne, ale to je spíš můj problém, že to v poledne nestihnu. Nejčerstvější informace má za mě CNN, že vždycky uvádějí, že zrovna teď něco zjistili a rovnou dělají zprávu. Ta nova je taková pomalejší, míň aktuálnější.

Přijde Vám pro Váš život zpravodajství užitečné?

- Jo, proto na to koukám. Je mi jedno, kde se ta zpráva třeba objeví, spíš jde o to, jak je podaná a jak se jí dá věřit a do jaké míry do toho vkládají moderátoři svůj dojem. To už člověk pozná podle toho projevu. Pokaždý se snažim o kritický myšlení.

Koukáte na zprávy koncentrovaně, nebo u nich vyvíjíte nějaké další aktivity.

- Konzumuju u toho zprávy z jiných forem médií, nebo u toho přemýšlím nad těmi informacemi.

Soustředíte se víc u kvízu nebo u zpráv?

- U kvízů víc, ale u obojího dost.

Jak zacházíte s těmi informacemi z kvízů?

- Vždycky si je dohledávám, ale hlavně z hlediska kontextu.

*Rozhovor č.2*

Jméno, věk, pohlaví, vzdělání

- Denisa Č., 22 let, žena, střední škola – gymnázium s maturitní zkouškou, momentálně studuji biologii a enviromentální výchovu se zaměřením na vzdělání (maior) a chemii se zaměřením na vzdělání (minor)

Pracujete ke studiu?

- Doučuju angličtinu a nic dalšího teď nemám

Jak trávíte volný čas?

- Hraju basket, ráda čtu knížky a ráda peču.

Sledujete televizní kvízy?

- Ano. A-Z kvíz na ČT, Kde domov můj? na ČT, Na lovu na Nově, dřív asi Milionáře, a ještě Máme rádi Česko na Primě.

Kolik jim věnujete času?

- V průměru asi dvacet minut denně, nekoukám určitě každej den. Jednou, dvakrát do týdne.

Jsou dny, které koukáte víc?

- Když si to pouštím zpětně. Přes týden jsem v Olomouci na studiu, to vůbec nekoukám. Pak přijedu domů a zpětně koukám v pátek, sobotu a neděli. Máme dostupnou O2TV. Nejčastěji si pouštím Máme rádi Česko.

Jsou nějaké pořady, na které koukáte přímo v jejich vysílacím čase?

- Na většinu zpětně. I na televizi posouvám zpátky.

Jsou pořady, na které koukáte víc, nebo jsou kvízy Vaše první volba v TV?

- Víc sleduju filmy a seriály na televizních platformách. Rozhodně víc sleduju takové ty reality shows, jako je Survivor, Bachelor, Love island.

Kdy ve dne sledujete kvízy?

- Určitě jen večer, v rozmezí sedmé a desáté hodiny.

Dokoukáváte kvízy do konce?

- Jak kdy, určitě ne pravidelně. Asi ze 70%.

Který z kvízů tedy preferujete nejvíce a proč?

- Máme rádi Česko. Baví mě, že je tam víc druhů soutěží. Není to jen otázka na kterou odpovídáš, je to trochu náročnější. Není to hra jen o znalostech, musí se tam projevit tvý ostatní kvality. Zeměpisné znalosti, znalost písniček a filmů. A chodí tam známé osobnosti. Což teda mně je asi jedno, mě by to bavilo asi i kdyby tam castovali normální lidi, ale chápu, že to může být pro většinu lidí atraktivní. Mně se nejvíc líbí typ těch soutěží.

Máte oblíbenou soutěž?

- Asi se mi nejvíc líbí ta bomba (dárek putuje dokola mezi členy obou týmů a vybuchuje v neznámý čas, soutěžící mezitím odpovídají na otázky všeobecných znalostí; u koho vybouchne, ten prohrál). Je to o znalostech, ale i o náhodě. Jsi tam pod tlakem. Můžeš si všímat, jak ty soutěžící reagujou na stres.

Myslíte, že zrovna Máme rádi Česko vykresluje osobnost soutěžících komplexně?

- Rozhodně ano, o dost víc, než v ostatních soutěžích. Je to dost interaktivní.

Stává se Vám, že odpovídáte na otázky se soutěžícími?

- Heh, jo určitě. Snažím se nad tím přemýšlet, můžu se zas něco nového dozvědět.

Zrovna MRČ funguje na princip tým proti týmu a nezávislý moderátor. Dáváte přednost tomuto typu kvízu nebo jiným (1v1, tým vs. Jednotlivec, tým vs. Moderátor)?

- Tadyten. Myslím, že jsem týmovej hráč, takže mně by se líbílo hrát třeba takhle. Víc než ty jednotlivci. Hlavně když něco nevís, tak to není jen na tebe a neznamená to, že nevíš a skončil jsi.

Máte radši Kotka nebo Prachaře?

- Nemám ani jednoho radši, ale baví mě, jak mezi sebou bojujou.

Kdybyste se měla do jednoho týmu dostat, který by to byl?

- Tak asi ten vítězný

Zajímají Vás ceny, který v tom pořadu vyhrávají?

- Skoro ne, je to tam tak na konci na ukázání český kultury, ale asi mě to nějak nezajímá, nic mi to nepřináší. Ale nevadí mi to.

Je naopak nějaká soutěž, která Vás vůbec nebaví?

- Moc nemusím tu (slepou) mapu, to mi přijde fakt hodně hodně těžký. To dělaj každej díl. Když je tam fakt nějaký město malý, tak to nejde uhádnout. Není to moje oblíbená soutěž.

Vadí Vás i ta přesmyčka k tomu, nebo jen ta mapa?

- Jen ta mapa, ale to je možná tím, že v tom taky nejsem moc dobrá. Přijde mi to hodně těžký, nejsou tam snad ani ty kraje a okresy naznačený.

U kterých dalších soutěží jste ráda, když se v díle objeví?

- Jak hádají na konci to s těma kartičkama, na kterých je film, písnička a pořekadlo a ten jeden z týmu to má kreslit v časovém limitu na tabuli a ostatní hádají. Pak upravené písničky a oni hádají, co to je. Pak ta bomba, ta je víc vědomostní. Pak pouštění ukázek z filmu, kdy jim neřeknou, na co z té ukázky se jich budou ptát.

Máte třeba větší pocit odpočinku tady než např. u Na lovu?

- Jojo, Na lovu pro mě není odpočinek, MRČ je pro mě fakt víc zábava.

Která z těch soutěží Vám poskytne nejvíc vědomostí?

- No to zas to Na lovu, nejsou to pro mě nový věci jako úplně, ale jsou to prostě hrozně široký vědomosti – film, biologie, historie. Nabírám tim znalosti.

V jaké soutěži dokážete odpovědět na nejvíc otázek?

- Máme rádi Česko, ale tohle se hodně špatně porovnává, vzhledem k tomu, že jsou tam postřehové hry. Ale zas tam je hodně ten všeobecnej přehled. V Na lovu jsou těžký otázky.

Jak by si stály pořady, které sledujete, na škále obtížnosti?

- Nejjednodušší je Máme rádi Česko, druhý Kde domov můj?, pak A-Z kvíz a pak Na lovu. Pak ten milionář je trochu výš než AZ kvíz.

Proč stojí MRČ nad všemi ostatními?

- Hlavně kvůli tomu relaxu. A taky nemusím Hámu.

Který moderátor je Váš oblíbený?

- Sokol a Bouček, jsou mi sympatický svým humorem a líbí se mi i jejich další tvorba, sleduju je víc i v jiných věcech. Dělaj tam lepší atmosféru. Myslím že třeba Na lovu ten humor není přehnaný, je to v snesitelné míře, je to pro mě méně seriózní než A-Z kvíz. Ale neříkám, že je to špatně. Pro mě je lepší, když to seriózní není.

Máte radši jednodušší otázky?

- Záleží na mojí náladě. Někdy mám chuť na težší a někdy si prostě jen pustím MRČ a užívám si to.

Máte pocit odpočinku u A-Z kvízu?

- Nemám pocit, i když je to míň náročný.

Na Lovu má tři části, která pro Vás je nejzábavnější?

- Určitě ta první, ta rychlá.

Celkově se mi zdá, že máte ráda dost stresující soutěže (krabice v MRČ, první kolo v Na lovu)…

- Jakkdyby v podstatě jo. Ne jako když oni jsou ve stresu, ale imponuje mi, když pod tím stresem dokážou zachovat klidnou hlavu. Je to něco, co o tom člověku řekne nejvíc.

Dá se říct, že ty jste taky takhle efektivní pod vlivem stresu?

- Jo, je to moje největší motivace.

Jsou pro Vás kvízy rutina?

- Spíš ne.

Máte špatný pocit, když Vám uteče díl?

- Možná MRČ, ale zvládnu to

Jsou pro Vás ty otázky prakticky využitelné?

- Spíš ne, minimálně. Ale to je hlavně tím, že otázky z chemie tam téměř nejsou.

Pomohlo by Vám vaše nabyté vzdělání v těch otázkách?

- Ta biologie jo, ale ta chemie ne, to je způsobený tím, teď nechci znít nějak špatně, ale může za to to, že ta chemie je tak náročnej obor a malá část společnosti je vzdělaná natolik, že by z toho mohli dělat otázky. Myslim, že by to nikdo moc nevěděl, nedokážu si to představit. Je to komplexnější problém, nad kterým nejde uvažovat v rychlosti, nejde odpovědět jedním slovem. Ta znalost v chemii je tak propojená, a proto je tak málo obsažená.

Stalo se Vám někdy, že byste objevila otázky z pořadu i v dalších hrách v reálném životě?

- Hlavně ty historické, ano.

Kterému archetypu soutěžících fandíte? (vtipálek, vážný hráč, …)

- Nejradši mám ty, co si pro tu výhru jdou, ale zase ne nějací macho. Ti vtipálci mě nebaví.

Když je to profesionál vs. Lidi z davu, komu fandíte?

- V Na lovu určitě těm lidem, hlavně protože lovci mi nejsou sympatičtí. Což si myslím, že je i cílem tý televize, aby lidi fandili účastníkům a neměli lovce rádi.

Za jakých okolností sledujete kvízy?

- Sama doma. Nebo koukáme doma s rodinou. Mám ho jako podkres. Dělám u nich lehkou práci do školy, scrolluju na tiktoku, ale není to nikdy konkrétní, že nych si cíleně pustila kvíz a šla žehlit. Myslím, že nedokážu dlouho udržet pozornost. Ale vždy jsem ve stejné místnosti. Když se koukám s někým, vedu s ním konverzaci, ale třeba ani ne o tom kvízu. Nebo si s někým píšu.

Bavíte se se svým okolím o kvízových pořadech?

- S mamkou ne, ale když se koukám s taťkou, tak o tom třeba i pak diskutujeme, rozvíjí to konverzaci.

Dohledáváte si zpětně informace a kontext?

- Musí mě to hodně zaujmout. Hlavně si dohledávám ty věci z mého oboru, které neuhádnu. Když je to něco z biologie a nevím to a zaujme mě to, tak si to dohledám.

Mimochodem, váš taťka má blízko ke kvízům?

- Nene, jen má velký všeobecný přehled. Když zaslechne otázku, jak jde kolem, tak se o tom začně bavit. Spíš to pak prostě rozvine debatu. Uvažujeme nad tím

Zpochybňujete ty otázky?

- Spíš se nám někdy nezdá, jak jsou ty otázky položený. Ne konkrétně, aby se na ně dalo odpovědět jednou odpovědí.

Sledujete některou ze soutěží na sociálních sítích?

- Ne

Sledujete zpravodajství?

- Nesleduju televizní zpravodajství vůbec nikde. Čtu si zprávy na internetu.

Proč nesledujete televiziní?

- Nelíbí se mi ta negativita, kterou se všechny zprávy v televizi ubírají. To fakt nemusím. Říká se tam jen to, co se nepovedlo. Kriminalita atd.

Takže ani jedny, ani události, ani CNN, ani TN..?

- Ne, vůbec. Když to tam skočí, okamžitě přepínám. Líbí se mi ta selekce. Čtu to svoje.

Sledujete sociální sítě televizí? (zpravodajské profily)

- Ne, spíš cíleně vyhledávám témata, která mě zajímají.

Je váš primární zdroj internetové zpravodajství?

- Občas čtu noviny.

Kupujete si je?

- Nene, taťka, kupuje si je celý život. Každý den. Hospodářské noviny.

Jak velká část vaší zpravodajské konzumace je internet?

- Nejmíň mám tu televizi, pak bych dala rozhlas, pak tisk a nakonec nejvíc internet.

K jakému konkrétnímu internetovému médiu tíhnete?

- Nemám, selektuju prostě ty informace, které mě zajímají.

Jaké je vaše zájmové téma?

- Aktuální dění, politika, ekonomika spíš, to mě zajímá nejvíc. Je to poděděný zájem, vybudovaný. Ne nucený, ale pramení od taťky. Koukám i na sport hodně, a kulturu. Nekoukám ale na sportovní noviny jako takové, ale vyhledávám si je sama přímo na LiveSportu.

Občas jsou sportovní utkání atypická různými zákroky, okolnostmi. Ani to si nedohledáváte?

- Vše jen z livesportu.

Kdybyste měla říct, kde informace vyhledáváte nejfrekventovaněji…

- Asi Deník N, Seznam, Idnes. Ale absolutně se neřídím tím, kdo konkrétně to vydává.

Snažíte se do čtení zapojit kritické myšlení?

- Rozhodně, třeba přemýšlím o citové zabarvenosti zpráv. Vlastně i proto mě baví ty zprávy číst. Ta bulvarizace mě zajímá i kvůli nějaké analýze. Když chci nědo důvěryhodnějšího, sáhnu po Hospodářkách, když chci jenom se třeba podívat co se děje tak běžně, tak prostě brouzdám na internetu. Je za tím míň námahy, ale třeba na tom tisku, na těch Hospodářkách, mě ta námaha jako baví, když to tak řeknu. Je to nějaký rituál. Sedneš si, přečteš si „starý“ papírový noviny a má to pro mě větší hodnotu než nějaký věci z netu, nemají pro mě vypovídající hodnotu. Koukám ale i na aktuálnost zpráv. Nezajímá mě nic moc, co se stalo třeba dva roky zpátky. Leda z kontextu. Ale není to že čím aktuálnější, tím lepší

Stává se Vám, že se dostáváte do králičí nory informací?

- Nene tak často ne

Je pro Vás zpravodajství životně důležité?

- Rozhodně. Dřív se všechno neslo slovně, masmédia pomáhají urovnat nesrovnalosti.

Zasahují zprávy do vašeho každodenního života?

- Spíš týdenního, nepotřebuju každý den číst zprávy.

Za jakých okolností konzumujete zprávy?

- Tisk doma, internet ve společnosti

Udržíte pozornost spíš u kvízů nebo zpravodajství?

- U kvízů, jsou asi zábavnější pro mě

Máte něco, co byste chtěla dodat?

- Je hrozně těžký o tomhle mluvit vlastně. Já si občas řeknu, že je to jasná otázka, ale vlastně si pak řeknu AHA, proč to vlastně sleduju? Je náročný to nějak popsat a něco ze sebe dostat.

*Rozhovor č.3*

Jméno, příjmení, věk, pohlaví

- Anežka F., 28 let, žena

Jaké je vaše nejvyšší dosažené vzdělaní?

- Bakalář

Studujete nebo pracujete?

- Pracuju, jsem referentka. Jako úřednice. V mým popisu práce je kontakt s lidma a zadávání věcí do programu v počítači.

Jak trávíte volný čas?

- Aktivitama s Klubem netradičních sportovců, a pak hodně s kamarády. Hodně teď chodíme hrát Bang! do hospody. A chodím na keramiku. Z těch netradičních sportů hraju mölkky. Baví mě na tom ten kolektiv, nějak extra nesportuju.

Sledujete kvízové televizní pořady?

- Nekoukám na televizi. Ale sleduju je většinou na internetu.

Takže prostřednictvím streamovacích platforem?

- Já mám online televizi, takže přes tu. A pak ještě při brouzdání na YouTube se koukám na Shorts nebo na krátké úryvky z Reelsek.

A které kvízy vám tam skáčou?

- Dost koukám na Na lovu, ty se mi tam hodně objevují. Máme rádi Česko si pouštím naschvál v televizi. Občas takový ty další jako Co na to Češi. A-Z kvíz třeba, ale moc ne.

Víte o nějakých dalších kvízech?

- Moc ne.

Znáte třeba novou verzi Taxíku na COOLu?

- Vůbec.

A kvízy na Barrandově?

- Ne-e. Nekoukám na Barrandov.

Kolik jim průměrně denně věnujete času? Věděla byste, které dny sledujete dané pořady víc a které míň, které třeba vůbec?

- V týdnu třeba vůbec. To narážím akorát na ty Shorty (YouTube), takže takových deset minut ve všední den. O víkendu to je víc. To je vždycky tak, jak dlouho trvá ten díl.

Koukáte přímo v daném vysílacím čase, nebo retrospektivně?

- Retrospektivně, ve vysílacím čase vůbec.

Z jakého důvodu je zapínáte? (rutina, chvíle klidu, chuť soutěžit, potřeba nových niche informací,…)

- Asi mě zajímají ty otázky. Když už na to teda někde narazím (sociální sítě) a je tam nějaká zajímavá, tak si to pak pustím a zjišťuju, jestli bych na ty otázky dokázala odpovědět.

Dokoukáváte kvízy do konce?

- Jo.

Vyhledáváte si ukázky pořadů?

- Ne, ale když mi to někde vyskočí, tak se na to vždy podívám. Upoutávky aktivně nevyhledávám, ani ty shorty. Ale algoritmus mi to nabízí často.

Ta vaše televize online funguje úplně jako normální televize?

- Není to jak když OnePlay, je to prostě online televize, která se platí a já jsem přihlášená přes někoho, kdo si to platí. Jmenuje se to sledovanitv.cz.

A přes které zařízení koukáte?

- Asi by to šlo aji na telku připojit, ale koukám přes noťas, mám blbou televizi.

Který kvíz máte nejradši?

- Máme rádi Česko.

Z jakého důvodu?

- Líbí se mi různorodost otázek, jak jsou tam pokaždý ty jiný hry. Není to čistě jako otázky a odpovědi, ale jsou tam třeba i přesmyčky. Že hledaj třeba to město, jak uhádnou z přesmyčky a tak.

A jaká soutěž je v MRČ vaše nejoblíbenější?

- Možná taková ta na rychlost, s tím balíkem, co bouchne. Hrozně mě na tom baví ten stres. A hlavně jak je to na rychlost a má ti něco vybouchnout. Ty konfety jsou takový okořenění.

Jsou třeba celebrity aspekt, kvůli kterému ten pořad sledujete?

- Ta trojka Bouček, Kotek a Prachař je dost komická a oživuje to. Jak oni to spolu dělaj dlouho a rejou do sebe, to je super. Je mi teda trochu líto Kotka. Asi jako většině lidem. Ten Prachař je hrozně chytrej. Třeba jak je v tom Inkognitu, tak mu to pálí. Ne že by jako Kotek nebyl chytrej, ale Prachař je v tom lepší.

Zmiňujete Inkognito. Sledujete nějakou další tvorbu zrovna této trojice?

- To Inkognito mi taky vyjíždí na sociálních sítích. To si pouštím na YouTube i ty sekce se slavnými osobnostmi.

A je ta trojice primární důvod vašeho sledování?

- To jako asi ne, jsou tam důležitý, ale ne.

Je nějaká soutěž, která vás tam naopak nebaví?

- Nemám žádnou takovou. Všechny mě baví.

Ani ta finální mapa?

- Ta je vtipná, mně vůbec nejde zeměpis, takže pak vždycky přemýšlím, kde by to mohlo bejt. Není to můj obor, takže hodně tipuju, ale beru to sportovně.

Máte potřebu na otázky v soutěžích také odpovídat?

- Jo odpovídám si vždycky jako první, hádám. Třeba ty otázky na tipování počtu, to si tipuju.

Baví vás spíš tipovačky, nebo faktuální otázky?

- Stejně, to tipování trochu míň. Protože na ty fakty existuje jedna odpověď a ty to buď víš nebo ne.

Existují různé typy kvízů i z hlediska sil, které proti sobě stojí. Lovec je profesionál proti amatérovi, zároveň skupina proti jednotlivci, COOL Taxi (dřív Taxík) je moderátor vs. Soutěžící, nebo jejich skupina, A-Z je soutěžící vs soutěžící. Kdybyste to měla brát jen z tohoto hlediska, co je pro vás nejatraktivnější?

- Asi tým proti týmu. Jako i z hlediska toho, že já kdybych šla někam hrát, tak bych volila právě tenhle typ. Protože víc lidí může mít větší rozhled v tom, co ty jednotlivce zajímá.

Zdá se vám to jednodušší?

- To záleží na víc věcech. Jak se složí tým a tak. A kdybych měla říct z těch jednotlivců, tak ale takový ten výběr z odpovědí, třeba na způsob Milionáře.

Takže třeba i to Na lovu. Z toho vám vyhovuje jaká část?

- Zas to prostřední kolo s možnostmi.

Proč právě to?

- Ty ostatní… to první kolo je hodně velkej stres, to jak se ptá je časově dost krátkej interval. Je hodně velký prostor na to to „zblbnout“. A když člověk to vidí napsaný, vidí ty možnosti, tak ho to může víc „trknout“. I když to může svést k blbé odpovědi, když si myslí, že to zná a nechá ho to svézt. Já hraju na FB Planet Quiz, kde je stejný princip a taky se nechám těmi možnostmi občas svést, takže v tom vidím podobnost.

Je nějaký pořad, který naopak vůbec nezapínáte? A-Z kvíz třeba?

- Nene, ten mě baví. Hlavně to spojování políček. Ale třeba nic z Barrandova. Tam ani nevím, co je pořádně. Ale obecně bych si nepustila nic z Barrandova. Přijde mi to jako ztráta času. Nevyhledávám to a je to pro mě pokleslá televize.

Za jakých okolností sledujete kvízy? Kde, sama/s někým, …

- Asi většinou sama. A je to jak kdy. Když u toho potřebuju něco dělat, tak odcházim. Ale u toho Na lovu v první části se koukám, kolik nahrávaj. Jak je to rychlý a potřebuje to pozornost, tak u toho sedím. Pak když už v druhým kole nabízí odpovědi, tak už to nepotřebuje takovou pozornost. Třeba zas Máme rádi Česko má moji pozornost jako celej díl. Tam jak se ty soutěže liší, tak na to koukám celé.

A co děláte navíc, když sledujete kvízy?

- Vařím, uklízím většinou. Nebo něco vyrábím.

Používáte u toho nějaké další zařízení?

- Telefon. To zas bych řekla, že pak ta televize nemá takovou pozornost.

Sledujete kvízy i s někym?

- To ne.

Jaká vyhledáváte témata v soutěži?

- Asi sociální otázky, otázky na umění a literaturu. Ty jsou pro mě kvůli vzdělání lehčí. A težší jsou pro mě sportovní a zeměpisný.

Máte vystudované umění?

- Mám dvě maturity z výtvarky a hlavně mě to zajímá. Bakaláře mám z etopedie, ze sociální pedagogiky. A ve volným čase čtu, takže se v tom orientuju. Ten sport a zeměpis, to mi nejde.

Takže na ty se vůbec nesnažíte hledat odpověď?

- Přemýšlím nad nimi, nad zeměpisem se snažím. Ten sport, tam je to hodně o mediálním pokrytí. Člověk tak nějak tuší, když se třeba jedná o Wimbledon nebo Olympiádu. Když tam je nějaká extraliga, tak vůbec nevim.

Rozebíráte následně otázky v rozhovorech se známými/přáteli?

- Jo to rozhodně. Hlavně třeba v MRČ ty tipovací, to hodně diskutuju. A když je to překvapivá otázka.

Vyhledáváte si otázky na internetu?

- Občas, průměrně tak dvakrát na díl.

Z jakého důvodu?

- K získání nějakého kontextu.

Cítíte se odpočatě při sledování kvízů?

- To bych neřekla, není to pro mě relax v tom pravým slova smyslu. Je to spíš výplň volnýho času.

Když zmeškáte díl svého oblíbeného pořadu, vadí vám to?

- Ne. Vyhledávám si ho, když mě to zajímá, a pouštím si ho ze záznamu. To si vyhledávám třeba, když tam je v tom Máme rádi Česko někdo, kdo mě zajímá. Třeba když chci vědět, jak odpovídal nebo jak ten díl s ním dopadl. To si hledám naschvál.

Snažíte se proti soutěžícím vyhrát? Nebo jim naopak fandíte? Nebo obojí dohromady?

- Já si spíš asi potvrzuju svoje vlastní znalosti, neříkám si, že musím být lepší než oni. Dá mi to takový sebevědomí. Říkám si, že jak nejsem v tom studijním procesu, tak neztrácím všeobecný rozhled znalostí.

Jsou pro vás otázky prakticky využitelné?

- Občas na někoho vytáhnu nějakou zajímavost.

Prolíná se třeba hospodský kvíz s pořady?

- Asi vzhledem k tý konečný tipovací části části. Jinak mi to nepřijde nějak propojený.

Sledujete nějaké další televizní formáty?

- Joo, na Survivora koukám. Ale to je fakt jako jediný další, co s z té televize pouštím. Možná občas chytnu u rodičů na obědě Receptář, ale na ten nekoukám.

Takže jsou kvízy nejoblíbenější pořad?

- Jo.

Sledujete televizní zpravodajství?

- Ne.

A jiné formy?

- Občas kouknu na Seznam. Co mají na hlavní stránce.

Je to jediný váš zdroj informací?

- Ne, v rádiu v autě poslouchám zprávy. A sociální sítě.

Proč zavrhujete TV zpravodajství?

- Nebaví mě to, já obecně nekoukám na TV tolik. A hlavně televizní zprávy nejsou zdroj, ze kterýho bych chtěla čerpat informace. Vlastně ani ten Seznam není. Přijdou mi dost negativní. Negativně podaný. I když se proklikává ze Seznamu člověk na Novinky atd.

Takže nejvíc posloucháte rádiové zpravodajství?

- Jo, i přestože to tam taky občas podávají určitým způsobem.

Které stanice nejvíc posloucháte?

- Moje rádio má problém, že často šumí. Takže já přepínám na stanice, které zrovna jdou. Z jedný na druhou. Nejvíc poslouchám asi Černou Horu. Poslouchám hlavně ty rychlý aktuality (flashe). To je zrovna náhodný. Nebaví mě ty koncentrovaný zprávy, mám ráda ty rychlý přehledy. Radši poslouchám písničky.

Změnila se nějak vaše konzumace zpravodajství v průběhu let?

- Nikdy jsem nekoukala na TV, takže asi ne. Leda na počasí.

Jaká témata ve zpravodajství vyhledáváte?

- Nejvíc takový bizáry. Teď jsem do práce aktivně vyhledávala zprávy o superdávce. Ale jinak nic seriózního. Baví mě, když maj hrozně vtipně pojmenovaný ty články. Třeba když jsou tak dramaticky nebo vtipně napsaný, tak kouknu, o čem to je. Pak se směju tomu pojmenování, když ten článek zas není tak zajímavej. Že k tomu dokážou vymyslet takovejhle titulek.

Jak často sledujete zprávy?

- Asi denně. Na Seznamu v práci když je volná chvíle, tak to čtu. Ale když to na mě někde z něčeho vyskočí, tak si přečtu titulek a jedu dál. Třeba příspěvky na sockách.

Takže nehledáte vážnost ve zpravodajství?

- Asi hledám hlavně úlevu, zábavu. Na vážný narazim a třeba si je přečtu. Ale není to tak, že bych aktivně třeba vyhledávala zpravodajství o tom, co se děje na Ukrajině. Kdyby člověk měl číst všechno, co kde napíšou, tak by se z toho asi zbláznil.

Zdá se vám obecně zpravodajství negativní?

- Přijde mi, že jo, že to dělají naschvál. Když se něčeho chytnou, tak si vybírají taková témata, aby prohlubovali v lidech stres, nebo takovou jako nejistotu.

Přijde vám, že to dělají všechna média stejně?

- Některý asi trochu míň, ale hrajou na to všichni tematicky všichni stejně. Veřejnoprávní to asi neženou do takovýho extrému.

Sledujete sociální sítě zpravodajských pořadů?

- Nene, možná že na Facebooku mám Prima COOL z dávné doby.

Jaké informace vám ve zpravodajství chybí?

- Nooo, já si nemůžu být jistá, že to téma, který bych tam chtěla vidět, by se nezvrhlo zase v nějakou negativní propagandu. A obecně ty informace by nebyly důvěryhodné.

Nepřijde vám, že zpravodajství je důvěryhodné?

- Asi jak které. Člověk by si měl informace vždycky ověřit z více zdrojů, neměl by ji přijímat od jediného poskytovatele. To si myslím, že je hlavní zásada. A taky koukám, ze který tý stránky to jde. Třeba Seznam zprávy člověk jako bere. Nevim třeba idnes, když mě tam něco zaujme, tak si to pak najdu ještě jinde.

Dokážete u zpráv zrelaxovat?

- V práci je to pro nás volnočasová zábava, s kolegyněmi je to pro nás společenská událost. Vždycky si čteme ty titulky a probíráme to.

Diskutujete zprávy s přáteli, rodinou?

- Hlavně s kolegyněmi, v rodině vůbec. Když o tom někdo někde začne, tak se přidám, že jsem to taky četla. Naschvál věci nečtu, abych se o nich mohla bavit.

Sdílíte zpravodajský obsah na svých sociálních sítích?

- Naposledy pět let zpátky o koronaviru.

Mají pro vás zprávy využití v reálném životě?

- Když se chystáme na hospodský kvíz, tak se připravujeme na tu sekci aktualit.

Vnímáte nějaké souvislosti mezi zpravodajstvím a kvízovými pořady?

- U toho sportu jo. Tam to bývá novější. Jinak asi ani ne, to bývá takový všeobecný. Když se třeba o něčem víc mluví, tak vnímám, že ty kvízy trochu navazujou.

Pamatujete si víc věcí z TV kvízů nebo ze zpravodajství?

- Z dlouhodobýho hlediska ve mně utkví rozhodně ty informace z kvízu. Člověk si nad tím sám víc zapřemýšlí. Ve zpravodajství se nad tim nezamyslíte, jen přijímáte informaci.

*Rozhovor č. 4*

Martin D., 27 let, muž

Jaké je vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

- Maturitní vzdělání – Střední průmyslová škola chemická Pardubice, obor požární ochrana

A nyní studujete nebo pracujete?

- Už osmým rokem pracuju. Celou dobu po škole jsem operátor v chemickém průmyslu, pokud bych bral v potaz svůj hlavní příjem. Pak mám ještě dvě brigády – moderování hospodských kvízů a práce v pěstitelské pálenici.

Co děláte v rámci těch prací?

- Studoval jsem chemický obor, takže jsem pak hledal všechny různý možnosti. Takže jsem se dostal k tý chemii. Vaříme určitej produkt pomocí chemický destilace a další dny ho zpracováváme nebo stáčíme. Pak operuju s chemickými látkami, převádím do destilačního procesu, … Jsem v rodinným podniku, který mě využívá na všechno možný.

Jak trávíte volný čas?

- Hodně času trávím doma, hraju na počítači nebo konzoli. Rád koukám na filmy a seriály, rád hraju deskový hry, takže bych řekl, že jsem hravej. Což jako nevylučuje, že si čas od času vyjdu s kamarádama večer ven. Ale asi bych řekl, že nejradši trávím čas v okolí nejbližších osmi přátel. Moc nevyhledávám kontakty zvenčí. Proto bych řekl, že nejradši trávím čas sám na počítači. Neberu v potaz přítelkyni a kočku, ale prostě jsem v takový svojí bublině. Ale třeba ty hospodský kvízy mi pomohly vylézt. Tomáš (bývalý moderátor) mi to předal a říkal, že by mi to mohlo pomoct, protože sám byl taky dřív dost introvertní. Mimo jiné hraju ještě taky beerpong. Ale ne z toho hlediska, že bych se opíjel nebo ze zábavy a házení míčku do kelímku s pivem. Spíš mě baví myšlenka té hry a toho soubojovýho kritéria. Takže takhle jezdíme s týmem si zahrát po celý republice čas od času. V Česku je to v plínkách, ale už se formují takové městské bitvy, že si každé město nebo vesnička založí svůj vlastní tým a sejdou se někde a udělají si turnaj týmů. Po dvojicích, po jednotlivcích. Takže ve výsledku ten beerpong dělám nejvíc, ale z hlediska tý hry, né toho pití. S přítelkyní chodím na vycházky, do kina. Zahrnuji svou polovičku do volnýho času. Hry hrajeme i spolu. Na Playstationu. Pasivně rád koukám na hokej, dřív jsem sportoval hodně.

Sledujete televizní kvízové pořady?

- Čas od času. Když se to zapne na předplatný platformě. Bylo voyo, teď už OnePlay. Tak tam si zapnu Na lovu. A když jsem koukal u rodičů na televizi, tak jsem koukal na Taxíka, to mě bavilo. I AZ kvíz, i když jsem fanouškem spíš těch bizarností. Když mám příležitost, když vybírám na co koukat, tak si to pustím. Televizi už nepoužíváme.

Nemáte vůbec doma televizi?

- Jojo to máme, ale už ji vůbec nepoužíváme k těm účelům kabelové televize. Nepřepínáme prostě mezi pořadama. Máme Netflix, Disney, HBO, prostě ty streamy. Anebo konzole. Ale tyhle soutěžní pořady si pouštíme na voyo a O2 TV. Nejčastějc koukám určitě na to Na lovu. Protože je to takový rychlý, úderný, je tam víc lidí. Asi kdybych měl sám si něco takhle zahrát, tak bych si asi intelektuálně zahrál v nějaký skupině, sám od sebe bych výsledky neudělal.

Z jakého důvodu zapínáte kvízy?

- Je to kombinace různých věcí. Snažím se nasát nové informace. I když teda jak jsem moderátor, tak ty informace se mi dostanou pomocí studování těch kvízů. Ale já den předtím chodím ten kvíz i hrát, takže tyhle drobný informace, který jsou zahrnutý v celonárodní televizi, nebo vysílací stanici, když už byly vybraný do takovýhleho pořadu, tak budou mít nějakou váhu. Nejsou tam úplně hloupý otázky, aby si ty lidi odnášeli za ně statisíce. Když se chytnu toho Na lovu, ta soutěž je rozdělená do třech úrovní a ta obtížnost stoupá. Takže se tam člověk dozví něco jako víc triviálního, pak jako na zamyšlení nějaký A,B,C už pak není tak lehký, a pak ta třetí část je nejtěžší. Takže tedy získání nových informací první aspekt. Druhej je zkusit si to nanečisto. Bejvá tam čas odpovědět i před tím soutěžícím. Takže když koukám s přítelkyní, tak si oba zkusíme tipnout nanečisto. Nebo když víme, tak říct, že víme a zkoušíme soutěžit mezi sebou, zkoušíme ten mozek potrápit. Možná i jako je to prostě zábavný sednout si a koukat, jak jinej váhá. Nebo jak naopak někdo další to tam zvládá úplně na jedničku. Čas od času se tam dostane i nějakej bizár, nebo vtipná odpověď nebo situace. Takže i to pobavení tam může bejt, i když to asi není v těch kvízovejch pořadech na prvním místě, pobavit toho diváka, ale spíš s ním jako naložit tak, že se něco dozví nového.

Přijde vám, že se otázky v obtížnosti stupňují?

- No v tom Na lovu určitě. Tam na získání těch peněz jsou opravdu otázky, na které by měl člověk odpovídat z fleku. Ačkoli kdybych se tam měl postavit já, tak to není asi úplně tak jednoduchý jako koukat na to na gauči. To prostě se rozvalíš a taky jedeš s ním a říkáš si ty odpovědi. Takže prostě v tý první fázi jsou tam fakt takový jako jednodušší, ano ne většinou, nebo 50 na 50. Aby člověk měl možnost si nahrát ten kapitál na začátek. Pak když už přejdou do tý fáze A, B, C, tak výběr z možností se asi může jevit jako jednodušší, ale nejsou úplně jednoznačný otázky, odpovědi jsou buď hodně podobný nebo nejsou jednoznačný. Soutěžící má víc času na přemýšlení. Pak jak odpovídají ve skupině, tak už ty otázky jsou obtížnosti nejvyššího kalibru, co ta soutěž nabízí. Neberu v potaz Milionáře, tam to samozřejmě dává smysl, že čím výš jsem, tím těžší otázky budu dostávat.

Hraje pro vás nějakou roli ta peněžní odměna, když se koukáte na takovéto pořady?

- Myslím, že za tu dobu jakoby behind the scenes, když tam člověk stráví celý den, tak si peníze zaslouží. Výhra mi příjde ekvivalentní k těm natáčecím hodinám a když tam ten člověk stráví celý den, tak se předpokládá, že za to něco dostane. Ale třeba v AZ kvízu jsou ty otázky kolikrát těžší. Ten mi přijde jako těžká soutěž za málo peněz. Tam je zas to, že člověk může přijít víckrát, ale kdybych to měl brát cena – výkon, tak je to za málo peněz hodně obtížné. Když má člověk štěstí v tom Lovu nebo Milionáři, tak si může za míň snažení nabrat víc peněz. Milionář je sám, tam asi tomu jednotlivci musí sedět ta témata. Ale zas to Na lovu může brát člověk, že se tam nějak prokouše a pak v té společné části mu ten tým pokryje zadek. Nějak to spolu vybojujou. Je to asi v závislosti na pořadech. Ale takhle, pro mě jako pro diváka to zas tak důležitý není. Kdybych takhle měl jít, tak si asi vypočítám, jestli se mi to vůbec vyplatí se tam hlásit a mít možnost vyhrát částku, která by mě uspokojila. Zas ale musím vzít v potaz, že bych musel vybrat soutěž, která by mi byla pohodlná hrát. Asi by to nebyl třeba ten AZ kvíz, kdy bych dostal začátečnický písmeno a nějakou otázku, spíš jako hravější člověk bych byl radši, kdybych měl na výběr nějaký témata nebo víc druhů otázek, obrázkový nebo hudební. Něco víc rozmanitější. Možná i něco jako ty dětský, třeba Bludišťák – obrázkový, hudební, …

Zmínil jste, že vám přijde, že AZ kvíz je těžší než Na lovu. V čem to vnímáte?

- V takový tý strohosti tý otázky, kdy přecijen nápověda tam je. Začáteční písmeno nebo dvě. On jakoby ten moderátor nebo moderátorka tě provedou tou otázkou, která by ti měla všechno říct, ale… jo já bych mohl říct, že v Na lovu hraje faktor štěstí třeba. Že když nevim v tý fázi prostřední, mám 33% možnost správné odpovědi, tak si můžu tipnout. To samý i ve třetí fázi, tam zas může s tebou někdo jít a odmakat to za tebe. A ty se zapojíš jen, když víš. A ta první fáze je fakt dělaná na to, aby i největší blbec si tam něco nahrál a šel dál. Sice jsem neviděl zas tak mnoha dílů, ale ještě jsem neviděl v tý první fázi někoho naprosto pohořet a jít domů s nulou už v tý první fázi. Zato ten AZ kvíz jako… těžký otázky, rozváděnější otázky, minimum toho štěstí, tam jediný faktor štěstí je klikání černých políček 50 na 50 nebo spojování těch dvou obrázků? Já už teďka nevim, to jsem taky neviděl strašně dlouho, pokud si nepustím nějakej ten bizár na YouTube. Ale je to tam fakt o těch vědomostech, když vlastně i vezmu ten fakt, že ten člověk musí projít dvěma koly, i s tím, že poprvé musel někoho porazit, tím pádem je asi znalejší něčeho, takže v tom semifinále se pak potkáte dva, kteří už jste někoho vyřadili, tím pádem jste hodnocení asi jako lepší a chytřejší hráč. A pak už bankomat, to je zas o něčem jiným, to už není o vědomostech. Já kdybych měl volit, tak jdu spíš Na lovu.

Kvůli jednoduchosti?

- Protože bych si víc věřil, že bych udělal lepší výsledek. Dbal bych i na to, že to uvidí hrozně moc lidí, ne-li těch v mým okruhu. A že tam aspoň udělám nějakej výsledek nebo že se úplně neztrapním nebo aby vypadalo, že tam prostě aspoň něco dělám. Volil bych hravější, jednodušší, otevřenější hru než AZ kvíz, kde člověk jen stojí a dostává otázku za otázkou. Jedinej hravej element je spojování tří stran a možnost si spojit dva obrázky. Teď přemýšlím, že je to asi dělané i podle toho, jaká televizní stanice to vysílá. Přeci jen ČTčko je vnímané jako takové víc suverénní. Nebo spíš takový jako … no, Nova a Prima jsou prostě komerční, zatímco veřejnoprávní televize … nemůžu si vzpomenout na to slovo, ale prostě Prima s Novou vysílají větší ptákoviny. Mají větší peníze, protože mají ty reklamy a můžou si dovolit velké množství těhlech divnopořadů, zatímco to ČTčko se musí držet nějakých hranic. Třeba to Kde domov můj?, tak to je zas další hra/pořad vědomostní, kterej je docela těžkej, ale zase drží se tý Český republiky, těch krajů, těch měst, těch znalostí ohledně toho, na ČT nedostaneš nějakou ptákovinu, která je fakt jako šílená. Je to seriózní pořad. A obtížnostně taky nad moje možnostmi. Takže bych se zase řadil do toho Nova nebo Prima bucketu.

Vyhledáváte si aktivně ukázky pořadů, Reels, Shorts?

- Jsem závislej na mobilu, takže Instagram a Facebook jsou moje denní drogy. Ne že bych vyhledával sám ukázky těch soutěží, ale samozřejmě mi to skáče. Tyhlety krátký videa musej být úderný, rychlý a musej zaujmout, takže když už to rozkliknu, tak dokážou to, proč to dělaj. Takže když potkám reklamu na TV pořad, tak si ji pustím. Většinou jsou to fakt na sílu udělaný ukázky, aby to člověk rozkliknul.

Sledujete sociální sítě některého z pořadů?

- Ne, nemyslím si.

Existují různé typy kvízů i z hlediska sil, které proti sobě stojí. Lovec je profesionál proti amatérovi, zároveň skupina proti jednotlivci, COOL Taxi (dřív Taxík) je moderátor vs. Soutěžící, nebo jejich skupina, A-Z je soutěžící vs soutěžící.

Kdybyste to měl brát jen z tohoto hlediska, co je pro vás nejatraktivnější?

- Asi třeba tým proti týmu. Třeba příklad, není to vědomostní, ale Co na to Češi, jak je tam ta rodina nebo kamarádi nebo tak. Když pominu, že to není vědomostní soutěž, tak ten koncept týmu mi přijde jako zajímavější.

Takže třeba Máme rádi Česko?

- Když už běžela u rodičů televize, tak třeba tenhleten pořad můžu hodnotit hodně kladně, ten mě baví. Už protože tam jsou známý lidi, celebrity a takový. Už ta stylistika, ten typ toho 5 na 5 mi přijde zajímavej. Určitě si vyhledám i 1 proti 1 nebo tým/jednotlivec proti profesionálovi, ale první co mě napadlo v kontextu týhle otázky je, že by mě nejvíc bavil tým proti týmu.

Sledujete i zahraniční verze pořadů?

- Zahraniční obecně pro mě bývaj zajímavější. Jak vizuálně, tak i nějakou možností výskytu nějakýho faux pas tam. Přece jen ty zahraniční soutěže jsou masový zpracování, takže když nás porovnám s nima, tak když jdu za tím, co chci dostat, protože tam je fakt výskyt těch divností. Když chci klidnější soutěž, zůstanu tady v Tuzemsku. To je i s filmy, když chceš něco těžšího, pustíš si film s titulkama, když chces klid, dáš si dabing.

Vrátím se trochu nazpátek v rozhovoru, kdy jste říkal, že primární záměr kvízů není pobavit. Jsou ty informace a jejich předání podle vás pro ty pořady nejdůležitější?

- Tak určitě jak v kterým. Neviděl bych to tak, že to má prvotně za účel předávat informace divákovi. Tam bych to viděl, že ta, projde tak strašně moc lidí, že to má být takový ukazatel toho, jak moc jsou ty lidi chytrý nebo hloupý často. Ono taky nemůžeme brát v potaz, protože už dobrovolně přihlásit je samozřejmě kritérium, ale už bych to asi bral spíš z hlediska porovnávání těch vědomostí, než předávání těch vědomostí. Ty diváci si spíš zaškatulkujou, že když je tam někdo z Prahy, nebo obecně porovnávání Praha – vesnice, chlap – ženská, starej -mladej, tak už si to prvotně zaškatulkuju, co bych si od něj myslel, že dostanu. Plácnu třeba šedesátník z Prahy, tak si o něm budou myslet, že je chytrej, a pak třeba nějakej třicátník z vesnice, tak si člověk hnedka řekne, že ten tam toho asi moc nepředvede. To pozorování, porovnávání a očekávání toho, co ty soutěžící tam předvedou, je asi to prvotní. To předávání informací je asi pak kus od kusu, co divák od toho chce. Někdo to vypne po tý hodině s tím, že mu to nic nedá. Někoho to pobaví, zabaví, něco se tam dozví novýho.

Je třeba nějaká soutěž, o které víte, ale nezapnul byste jí?

- To Kde domov můj?, to jsem šel kolem, když to měl táta zaplý, a nebylo to nic, co bych si sednul a koukal. Asi jak je to samo o sobě těžký, pro mě jako pro diváka je to nezáživný. Zas bych vzpomenul to ČTčko, kde to prostě je bílo-šedý, všichni jsou tam takový seriózní, není to tak vyhoukaný jako na Nově, kdy tam vezmou každýho hejhulu, a fakt už asi se tam dostane někdo, kdo je určenější tomuhle pořadu, těma castingama jim neprojde někdo hloupější, samozřejmě tam musí dát slabší kusy, ale vědí, že tam nevyberou úplně mimo ligu. Takže to mě nějak nezaujalo.

Sledujete kvízy sám nebo ve společnosti?

- Momentálně hlavně s přítelkyní.

Na kolik procent sám/s přítelkyní, s někým?

- 70% s přítelkyní, 30% sám, samozřejmě někdy jsou momenty, kdy už se nechce dívat, tak to dokoukám sám, nebo jsem sám doma v tu chvíli, tak si to pustím, i když to asi není úplně reální představa, takže pojďme to zvýšit na 80%, 20%. Že i jako jsou momenty, kdy i z její strany jsem byl tázanej, jestli se nejdem koukat Na lovu. Ne že by to bylo nucení, ale spíš prostě nechceš si zapnout… spíš prostě její iniciativa.

Vzhledem k tomu, že koukáte skrze platformy, zapínáte tedy pořady cíleně?

- Tak. K nám už se asi minimálně dostane to, co asi chcete naznačit, že prostě zapneš telku, nevíš kdes to včera vypnul, ne to u nás nefunguje. Jak máme tu chytrou televizi, tak už seš automaticky ve výběru těch streamovacích služeb.

Kdybyste měl nějak rozložit sledování pořadů skrze dny, jak by váš rozvrh vypadal?

- Asi víkend bych bral nejvíc, že se k tomu asi jako dostanem. Protože přece jen máš víc času. Kdybych to vzal na rozložení dne, tak určitě v odpoledních hodinách. Hodně takhle koukáme navečer nebo když se přijde z práce, tak člověk si udělá tu chvíli klidu, než se zase vrhne do jiný aktivity už pak s tou domácností nebo osobním životem spojenou. Přes ten týden, to asi neokážu říct, jestli pondělí je víc než uterý… nebo vlastně dokážu, protože středu mám minimum času, ve čtvrtek taky. V pátek už pak není úplně priorita koukat na takovýhle pořady. Takže bych řekl že suma sumárum vychází pondělí, úterý nejvíc oddaný takovejmhle soutěžím, když už by na to došlo. A pak ty víkendy, kdy člověk má fakt toho času mraky a i když koukám na něco jinýho, tak se mi to překouká, tak kouknu na vědomostní soutěž, A když už řeknu vědomostní soutěž, tak s tím že i jako hraju ten hospodskej kvíz, tak čerpání informací patří spíš ke středečním a čtvrtečním aktivitám (hraní kvízu), takže ještě odpoledne před nimi koukám na ještě jeden pořad, kterej je takovej spíš zpravodajskej, že rekapituluje uběhlých 7 dní, a to se teda asi pohybuju úterek středa. Teď jsem si vzpomněl ještě na Mikýře, tam mě vlastně bavilo to, co normálně asi člověka nebaví, taková ta spontánnost, šílenost, nevyzpytatelnost. To je můj šálek kávy. To byly prostě otázky těžších obtížností, ale zároveň to bylo spjato s nějakou nápovědou, která by ti mohla napomoct. Takže takhle bych se řadil asi k nějakejm hravějším, neserióznějším. To vám asi může napovídat, jak jsem tady zazdil ten AZ kvíz a Kde domov můj, protože mi přijdou takový seriózní, naopak bych se řadil k tomu Máme rádi Česko, tam je to strašně moc jako kategorií, nějakejch jako hudebních a tak dále. Je tam strašně moc kol a tak…. Když si to tak vemu, tak Máme rádi Česko by mě asi definovalo hodně, protože je tam hodně kategorií a je to týmová hra. Kdybych si dělal Facebookový kvíz o tom, jaký kvízový pořad jsem, vyšlo by mi Máme rádi Česko.

Věnujete kvízům plnou pozornost od začátku do konce?

- Asi díl od dílu. Když se koukám na víc dílů za sebou, tak asi věnuju víc pozornosti těm prvním než těm posledním. Jsem mobil addicted, takže mi přeskočí ta pozornost na mobil, ale snažím se koukat na celý ty díly. Snažím se čerpat ty informace aktivně už kvůli těm kvízům, ale když dám třeba čtyři díly po sobě, tak těm dvěma tu pozornost dám, tomu třetímu už asi menší. Když se sejdou na lovu čtyři důchodci, tak vím, že to bude pomalejší a budou toho třeba hodně vědět. Naopak když je tam mišmaš, tak je to pro mě zajímavější a jsem ochotný tomu věnovat tu pozornost. Čím víc dílů, ke konci menší pozornost a musí to být něco, co mě doopravdy baví. U toho Kde domov můj bych asi usnul za 10 minut. A samozřejmě se to může i odvíjet od toho, jestli tam jsou nějaký otázky, který mě reflektujou, nebo naopak tam jsou některý, kterým ani nerozumím. Tím pádem tu mojí pozornost to nezíská. Musí to být čas od času něco, co si můžu zkusit odpovědět. Nebo mi to přijde zajímavý, že se to dozvím, místo nějaké nalejvárny něčeho, co mi tam neutkví.

Jaká jsou témata, se kterými se v kvízech rád setkáváte?

- Asi hudba, kinematografie, fantasy, animáky, anime, takováhle spíš jako zábavnější odvětví. A kdybych to měl brát ze sportovního hlediska, tak spíš ten hokej a hry. Kdybych se viděl tak jako se vidím každou středu u stolu, tak vyhledávám aktuální dění, hudba, hry, filmy, seriály, pak popkultura, takhle bych se definoval v pěti, šesti kategoriích, se kterými se dokážu ztotožnit i jako hráč u stolu (hospodský kvíz). Když přijde nějaká otázka věnována literárnímu dílu ze šedesátých let, tak já můžu si malovat, ale když už přijde to téma hudební, tak já zpozorním, protože sluchátka, hudba to je moje vášeň. Nebo vášeň, asi bych to nenazval vášeň úplně, ale s hudbou už kráčím nějakou tu řádku let. Jsou tam samozřejmě nějaký ty československý duety a já jsem úplně mimo.

Jaký vztah zaujímáte ke studiovým soutěžícím? (snaha porazit je, fanouškovství,…)

- Neřekl bych, že se je snažím porazit. Kolikrát… i když… takhle když ten člověk neví ani jako triviální otázku, tak se mu třeba i zasměju, ale asi bych neřekl, že se je snažím porazit. Když se zas vrátím k tomu Na lovu, protože to je tak nejvíc aktuální, tak se pojďme motat kolem toho, tak když už pak dojdou do té části, kdy maj nějakou slušnou částku a snaží se porazit lovce ve finálové štvanici, tak jim fandím určitě. Vím, že není případ, že bych se naopak postavil na stranu toho lovce a řekl si jo, pojď je teďka osmahnout. Jediná možnost tohohle je spíš jako pochválit, nebo být jako wow to zas věděl ten borec, nebo jako spíš být nadšenej z toho nebo… no teď nevím jak to říct. Vrátím se. Fandím jim. Ale když už je dokáže porazit, tak spíš jako si říkám jo, je fakt dobrej. Kor když jako, ten nejlepší z nich, ten Vševěd. Nad tím prostě zůstává rozum stát, ten tam fakt převyšuje všechny a to už si říkáme s přítelkyní, nebo i já sám, že tam padne otázka, která je mnohonásobně vzdálená tý kategorii, kterou by mu člověk přisoudil, že je mu blízka a on to prostě ví. Ten jeho obrovskej rozsah je úplně neskutečnej. Což je asi prostě tím, že je antropolog a že to bylo jeho poslání vědět od všeho aspoň trošku a zároveň s tím dokázat pracovat. Jsem nakloněný k tomu lovci tím směrem, že obdivuji to, co předvedl. Obdiv je to, co k němu cítím. Už tam sedí po několikátý a pořád mu nedochází vědomosti.

Takže ho nevnímáte jako záporáka?

- Nenenene. To spíš naopak, obdivuju to, co má v hlavě. Minimálně Vševěda. Pak jsou slabší ty ostatní, ale pořád jsou nad nějakým běžným smrtelníkem. Prošli castingama a kvízama, takže jsou hodni toho být na té pozici, ale on je prostě převyšuje. Tím, že poráží ty soutěžící, tak si dobydou to, že jsou tam hodni být.

Vyhledáváte si otázky a jejich kontext?

- Já ani nemusím, já mám vedle sebe chodící Google. Moje přítelkyně je takový ten typ, že ke všemu má většinou co říct. Takže já mám vedle sebe to vyhledávání, které ani nevyhledávám. Ona taky studovala antropologii a celkově škola a vědomosti jí vždycky byly blízký, takže ten rozsah je taky velikánskej a většinou má ke všemu co dodat, takže když už je tam něco, co řeknu, že mě zajímá a nevím, tak ona mi to většinou jako řekne.

Takže je ona váš zdroj těchto informací?

- Taky. Nechci ji jako pasovat na jedničku, ale dost často jo. To tak jako bývá, že když na něco takhle koukáme, tak ona buď cítí, že je to zajímavá informace, tak mi ji sdělí, nebo když já naopak projevím, že by mě něco víc zajímalo a ona to ví, tak mi to jako řekne. Když ani jeden z nás nic neví, tak si to hledáme spolu. Ale když něco mě takhle zajímá samotnýho, tak si to vyhledám. Určitě to takhle nedělám u každý otázky, musí mi to být něčím blízký, anebo to fakt musí být v ten daný moment překvapivý, něco co jsem nevěděl a rád bych se o tom dozvěděl.

Máte vůči otázkám někdy pochybnosti? (ohledně jejich podání, správnosti informací)

- Asi jo, ne tak často, ale určitě bejvaj chvíle, kdy mám pochybnost o tom, jestli by to nešlo napsat líp nebo se zeptat líp. Já už jsem tak trošičku zdegenerovanej těma hospodskýma kvízama, když teď odbočím, tak jakožto hráči mi prošlo pod rukou velké množství otázek, nebo i jako moderátorovi, tak tam to dělaj prostě trochu víc laicky, než ta televize, která na to má jako mnohonásobně větší rozpočet, takže v HK bývají ty otázky mnohem hůř položený než by mohly být, v televizi si nevybavím, kdy naposled to takhle bylo. Ale najde se nějaká, kdy odpověď nebo otázka jsou definovaný hůř, než by mohly být.

Jsou pro vás informace nabyté v kvízu prakticky využitelné?

- Asi málokdy, samozřejmě může to být součást konverzace, okořenění konverzace, když to má člověk ještě v hlavě z nedávna, když to viděl. Může tím tu konverzaci začít, přidat to do ní. Z hlediska hraní hospodských kvízů, to vidím asi jako nejvíc uplatnitelné. Celkově asi rozšíření obzorů, něco vědět, nebýt zlatá rybička, která pluje dokola, ke který bych se asi přirovnal pak když hodinu scrolluju Instagram.

Zmiňoval jste, že dáváte víc dílů kvízu za sebou…

- Joo, no když je čas, když je chuť. Dva minimálně. Jsou dny časovýho pressu, kdy člověk zvládne tak tak ten jeden, ale když je ten prostor na to, tak proč se nepodívat na víc. Pokud nejste samozřejmě ten aktivní divák, kterej narazí na tu zeď, že příští týden vám vyjde další díl, já jakožto občasný divák mám ten výběr velikej. Mám spoustu dílů před sebou.

Jaké další TV formáty sledujete?

- Vaření, MasterChef, to mě baví, na to koukám s přítelkyní, na to jsme se třeba sešli i s nějakým jiným párem, s jinou skupinou kamarádů. To není nic, co bych dával sám. Já spíš jako koukám na YouTube, když už takhle sám, koukám na hráčský content creatory. Herní videa nebo videa ohledně her, kanály, co recenzujou hry. Nemám ale rád Výměnu manželek a prostě takovýhle extrémy. I přestože jsem řekl, že mám rád takovýhle jako výstřelky, tak furt v nějakejch jako normách. Já nemám rád tohle sociální – Výměna manželek, Prostřeno, to jsou za mě bizáry už jako moc, to furt musím jako trochu koncentrovat, takže pro mě je toto opačný pól, který nesleduju. Já sleduju věci kolem mých zálib, tzn. Hry, filmy, seriály a takhle.

Kdybyste to měl zúžit jen na typicky TV formáty, jsou kvízy vaše nejoblíbenější?

- To asi ne. Spíš něco jako ve formátu Survivor. Ne toho českýho, od toho se odprosťme. Když si vezmu třeba US Survivor nebo australský, tak prostě něco takového gradujícího, soutěžního, ty eliminace, hry, mě baví ty soutěže o imunitu, o odměnu, mě baví tyhle akčnější, intrikářský. Takovýhle sociálnější hry.

Sledujete TV zpravodajství?

- Na internetu. Sleduju Seznam. Na interentu, ačkoli jsem si vědomej, že když mluvím o Instagramu nebo FB, tak budu zaškatulkovanej v tý svý bublině, tak to asi nebude věrohodnej zdroj informací, toho jsem si vědomej. Že když si něco přečtu na FB stránce, tak vím, že jsem si to prostě vytvořil tím algoritmem. Sám se uzavřel do tý bubliny, takže se snažím dostat i na ten seznam. A jako další příjem nějakých informací bych bral zpravodajský videa, kde to máš shrnutý, sestříhaný, rychlejší. Než abych se pročítal dlouhým článkem, tak sleduju na YouTube takovýho kluka, který dělá každý tři dny shrnutí od války až po techniku, zábavu. Má to třeba 25 minut ale je tam zahrnuto několik kategorií těch informačních kanálů, takže je to taková rychlá a úderná nalejvárna. Jinak televizní zprávy nesleduju, noviny nečtu. Jsem spíš takovej ten rychlejší uživatel, co potřebuje už tu dnešní rychlou nalejvárnu, než abych seděl u televizních zpráv, kde bude ta reportáž trvat pět minut ohledně nějaký blbiny. Ačkoli je to teda každodenní, že každej den tomu věnujou. Možná jsem i zdegenerovanej touhle dobou, těma reelsama a vším, že člověk potřebuje tu rychlou dávku. Vyhledávám spíš videa, nalejvárnu. Když už si jednou dvakrát za den nepřečtu Novinky.

V jakém poměru byste řekl, že čerpáte z různých druhů médií?

- 25% čtená část, polovina audiovize, a další čtvrtina jsou ty kvízy (hospodské). Každý týden jsou tam nějaké aktuality. To bych zařadil do kategorie mluvenýho slova s lidma kolem mě. Nebo s lidma na kvízu. Mezilidský kontakt. Největší část je koukání na videa, na informační formáty. Menšinová část je čtení. To že bych trávil čas na internetu jen čtením politických článků, nebo co se děje ve světě. I když se ale distancuju od témat, která nechci řešit veřejně, tak si o nich aspoň načtu, abych nebyl jako za blba, kdybych už se do nějaký takový konverzace dostal. Aktuálně vzhledem k té Ukrajině, Palestině, dřív to byl COVID. Lidi stáli na dvou stranách, tak jsem nechtěl stát ani na jedné, ale chtěl jsem alespoň být obeznámený s tím, o co tam jde.

Sledujete sociální sítě televizních stanic nebo jejich zpravodajských účtů?

- Na FB sleduju strašně věcí, které jsem začal sledovat tak 12 let zpátky. Dneska jsem narazil na to, že sleduju Prima COOL. Což taky už nebudu, protože sdílejí blbosti. Na YouTube sledujeme ČT, protože vydávají fakt zajímavý formáty. Ať už je to What the Fact, nebo jazykověda. To je fakt super. Přeci jen ta ČT se dá považovat za důvěryhodný zdroj informací.

Vnímáte ji tak?

- Určitě.

A v kontextu ostatních stanic a jejich zpravodajství?

- Česká televize určitě na vrchu. Bezkonkurenčně. Ty ostatní, Prima, Nova na druhým místě. Neuvádím rozdíl mezi důvěryhodností a pak ten zbytek. Barrandov…to je prostě kanál. Oni asi mají nějaký to jejich zpravodajství, kde jsou zahrnutý ty jejich pravdy, ale tohle, ani jako ostatní, ani nevim jako, Šlágr třeba, to jsou už pak jako hlásný trouby těch majitelů. Nemůžeš tomu věřit, pokud to není pod nějakou správou. ČT, nemám o ní pochybnosti, ani mi nedala důvod, abych ji zpochybnil, ačkoli v týhle době je trnem v oku některých našich flastenců a podobných dezolátů. Tam oni to zpochybňování uvádí, ale jakožto rozumnej člověk, kterej je demokraticky směřující, tak nemám pochybnosti, ani o Českém rozhlasu. ČRo, ČT, number one. Ta Nova z Primou taky, nemám důvod je osočovat z nějakejch lží nebo pozměňování reality, ale tam už bych věřil tomu, že je možný narazit na něco takovýho. To co řeknou na óčku, to asi neberu. To je stejný jak s rádiama, tam taky interpretujou to, co už někdo někde řekl a ten posluchač si to přebere podle svýho.

Jaká je vaše hlavní motivace ke sledování zpravodajství?

- Vědomost. Mít alespoň trochu znalost, vědomost toho tématu. Nepotřebuješ vědět všechno, ale aspoň něco, abys dokázal komunikovat, obhajovat svůj názor. Jak jsem řekl, já jsem pasivní prostě v ohledech politiky, v ohledech náboženství, pokud mi to někdo nerve do chřtánu. Jsi na straně Izraele, jsi na straně Palestiny. Pokud mi to nerveš do chřtánu nebo nekřičíš na někoho, koho mám rád, tak mi to nevadí. Ale když začneš s takovýma lidma debatovat, tak zjistíš, že mají jen jeden nehnutelný názor, ale už je nezajímají informace okolo. A já nechci být jako tyhlety hloupý lidi, takže si vyhledávám informace, abych obohatil svoje znalosti a tím pádem mohl s někým třeba i diskutovat, když by na to přišlo. Ale teď mě napadlo… nejdůležitější je, aby se neopakovala historie, tak je dobrý si ji připomínat. Takže pokud lidstvo zapomene na komunistické režimy a světové války a genocidy, tak vznikne hrozně moc prostoru k opakování obrovských chyb. Takže jakožto člověk, který se považuje za inteligentnějšího v tý sféře, že nejsem úplně nějaký dezolát, chci se moct sám sebe nazvat normálním člověkem, který není extrémista. Ve zkratce chci mít základní informace, abych nebyl dutej a chci umět předat nějaký základní informace, když už jsou potřeba předat. Vytvářet tu bublinu toho správnýho, což v očích každýho je zas trochu jiné.

Dokážete u zpráv zrelaxovat?

- Nepřijde mi to jako věc, u který by se mělo relaxovat, takže asi ne. Dokážu si u toho sednout a koukat na to beze slova, ale tvoji hlavu to nenechá chladnou.

Dáváte prostor i médiím, které protiřečí vašemu názoru?

- Jsem člověk, který si nechá pustit i takovýhle média. I kterým nelibuju. Když nějaký médium bude opěvovat politickou stranu, kterou fakt nemám rád, třeba ty komunisty, tak samozřejmě že rád uvidím do tábora svého nepřítele. Jsem celoobsahovej. Když už si pustím něco, čemu nelibuju, tak mě to samozřejmě nenechává chladným. Pustím si pak něco, co mě spíš utvrzuje, jsem u toho víc poklidný.

Sdílíte na svém profilu zpravodajský obsah?

- Ne. Já jsem dost nesdílnej člověk i ohledně mých zájmů. Moje maximum je nějaký storíčko na Instagramu. Nesdílím.

Vyvinul se za poslední léta nějak váš vztah k médiím?

- Vyvinul se s tím jak jsem se vyvinul já. Věnuji jím větší pozornost než dřív. Změnila se i ta sféra informací. Teď se řeší populismus, už s příchodem kovidu. Je potřeba šokovat, rozdělovat a pobízet proti sobě. Moje vnímání se adaptovalo a obrnilo v hodně případech.

Máte teď menší důvěru v média?

- Nechci jmenovat, ale určitě.

Vnímáte nějakou spojitost mezi kvízovým pořadem a zpravodajstvím?

- Leda v tématice. Kvízový pořady nabízí politické otázky, historické, které se pojí s nějakou událostí. A zpravodajství tohle komentuje a informuje o tom, takže aby nějaká otázka vznikla, tak se ta událost musí odehrát a někdo o ní musí informovat, reportovat. Ale nehledal bych v tom nějaký vyšší spojení. Ty pořady ne moc často dávají drastické info nebo úmrtí, když už tak třeba když umřel Havel, tak tam bude pietní fotka a pokládáme si otázku, ze kterého pietního aktu pochází. Ale tyhlety kvízový pořady se nezaměřujou záměrně na drastický události. V Máme rádi Česko si netipneš, kolik lidí umřelo v tornádu na Moravě.

*Rozhovor č.5*

Vojtěch P., 25 let, muž

Jaké je vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

- Ekonomka, bakalář. Ekonomika regionálního sportu. Měli bychom být schopní vést sportovní klub nebo nějakou neziskovku lokálního charakteru, nebo být připraven k práci ve veřejné správě.

Studujete nebo pracujete?

- Teď studuju i pracuju. Studuju navazující obor – řízení rozvoje regionu a obcí. A pracuju jako administrátor projektu.

Co to obnáší?

- Znamená to, že mám na starost administrativu projektu. To znamená rozpočet, nebo počáteční fázi mám na starost, zadávání požadavků, tvorba projektovýho harmonogramu. Dohlížím, aby všechny naplánovaný činnosti probíhaly tak, jak mají. Aby zodpovědné osoby ten úkol plnily. A také u toho mám na starost nějaké účetní doklady a proplácení výdajů a v konečné fázi projektu mám na starost vyplácení a ukončení tak, aby vše sedělo.

Jak trávíte svůj volný čas?

- S přítelkyní, domácími pracemi a také organizováním sportovních turnajů a vedením sportovního klubu. Dělám oddílu (Klub netradičních sportovců) sociální sítě, webové stránky, grafiku atd. Všeobecně mám hodně rád trávit volný čas aktivně. Ideálně nějakým sportem nebo turistikou, takže příroda. Vyhledávám i kulturu v podobě… asi už ne kina, ale sledování filmů na Netflixu, a divadla.

Už nechodíte do kina?

- V současné době už si radši počkám, až to bude dostupný na nějaký platfomě, než abych na to šel do kina. Jo a taky trávím rád volný čas se svojí rodinou.

Sledujete TV kvízy?

- Ano

Jaké a na jakých kanálech?

- Primárně sleduju Na lovu na TV Nova. Rád si taky pustím ze záznamu Milionáře. A to je asi vše z aktuálních. Už v poslední době nekoukám ani na Máme rádi Česko nebo AZ kvíz. Dřív jsem se koukal, ale je to už dost ohraný. Ten formát mě omrzel, navíc je dost časově náročnej na sledování na to, abych to zakomponoval do svého volného času. Třeba to Na lovu je dobrý, jak je fakt na hodinku. Potřebuju, aby mi ty formáty seděly s tím limitovaným volným časem. A záleží i na vysílací době.

Co je pro vás vhodná vysílací doba?

- To je ten čas po práci a po těch mých dalších aktivitách, takže ta šestá a až osmá hodina večerní.

Koukáte na kvízy i mimo jejich daný vysílací čas?

- Jako že bych si ho přímo pustil, to ne. Jen když to běží přímo v televizi, tak to zapnu, jinak to nevyhledávám.

Kdybyste měl na způsob třeba školního rozvrhu udělat rozvrh na kvízy, jak by cca vypadal?

- To Na lovu je od půl šestý do půl sedmý, takže třeba třikrát týdně.

Jsou dny, kdy vůbec nekoukáte?

- O víkendech. Koukám vždycky v týdnu a záleží, kdy jsem zrovna doma, není to vždy stejné.

Proč kvízy zapínáte?

- Asi hlavně protože je to zábava. Je to zajímavý. A možnost porovnat svoje vědomosti s těma lidma. Jak se říká, člověk toho z gauče ví víc. A je dobrý, že není úplně nutnost se na to celou dobu soustředit, a jak pořád nabíhají nové a nové otázky, tak to člověk může sledovat průběžně a u toho dělat různé jiné věci.

Porovnáváte své vědomosti s tím lovcem, nebo se soutěžícím?

- Určitě se soutěžícím.

Dokoukáváte kvízy do konce?

- Většinou ano. Záleží na čase a na jiných aktivitách, ale pokud na ten kvíz mám čas, tak už ho určitě dokoukám.

Koukáte na ukázky pořadů? Zajímá vás dopředu, co se stane v daném díle?

- To mě vůbec nezajímá. Koukám na to spíš náhodně a ne kvůli nějaké upoutávce.

Jaké rozložení sil preferujete (tým proti týmu, 1v1, skupina proti jednotlivci)?

- Asi mě nejvíc baví dvě skupiny amatérů proti sobě. Líbí se mi ten týmový duch a nadšení z toho. Možnost se doplňovat, když jeden neví. Vlastně i tím, jak chodím na hospodský kvízy, tak tam taky jsou ty skupiny. V něčem mi to přijde podobný.

Zajímá vás ten aspekt celebrity ve kvízech? (Ondřej Sokol – Na lovu)

- Jo určitě, jelikož dokáže navodit dobrou atmosféru, splňuje nějakej ten potenciál zábavnýho pořadu. Dokáže to dobře vést, aby se to úplně nezvrtlo, ale aby to bylo na nějaký zábavný úrovni. V tomhle případě ano. Ale třeba u jiných – jak třeba bylo Pět proti pěti, tak tam jsem to kvůli Matonohovi naopak nesledoval. A třeba u toho Máme rádi Česko je ten Bouček podobnej tomu Sokolovi, že to dokáže dobře vést.

Jak byste popsal tu atmosféru Na lovu?

- Asi jako rodinnou, že se z tebe nesnaží udělat blbce, když nevíš. Ale zas jsi pod tlakem. Nesmíš se seknout a hlavně proti tobě stojí někdo, kdo má ty vědomosti rozšířenější a je v tomhle zkušenější. Takže ten soutěžící je brán na úrovni amatéra, o nějaký ty úrovně níž, ale beru to jako v přátelské atmosféře.

Takže se u toho dá cítit odpočatě?

- Jo, není to, že bych u toho měl nějakej stres, prostě si to pustím jako kulisu.

Je nějaká soutěž, kterou naopak vůbec nezapínáte, protože víte, že vás nezaujme?

- Už si nezapnu ten AZ kvíz, ten je už pro mě prostě neatraktivní, protože je to jen odpovídání na otázky a spojování stran. Oproti Na lovu mi to přijde těžší a možná i víc odbornější než v těch soutěžích na Nově.

Přijde vám to jako těžší koncept než Na lovu?

- To je težký říct, protože zas tam soutěžíš proti odborníkovi, né nějakýmu amatérovi. Co se týče otázek, tak je to za mě těžší, ale co se týče nějaký šance na výhru, je to lehčí.

Jste u kvízů sám nebo s někým?

- Většinou jsem u toho sám a pustím si to jako kulisu a pracuju u toho, nebo u toho dělám nějaké jiné aktivity.

Pouštíte si kvízy i ve společnosti někoho dalšího?

- Tak buď s přítelkyní, se kterou obýváme jeden byt. Když na to koukáme spolu, tak o tom pak diskutujem, nebo pak když jsou případy, kdy se nás u toho sejde víc, tak si vždycky každý řekne svůj názor a pak řešíme, jak jsme k tomu přišli nebo kde jsme ty vědomosti nabrali. Pak to má i propojení se situací, co se děje mimo televizi a rozvíjí to diskuzi.

Soutěžíte s těma lidma, se kterýma koukáte na kvíz?

- Ne že bysme soutěžili, ale každej si řekne svů názor. A většinou ty lidi nebo já si řeknou svůj názor, když si jsou jistý tou odpovědí. Pokud člověk neví, tak nahlas neodpovídá, protože se mu v tu chvíli nemůže nic stát.

Preferujete v těch otázkách jednoduchost, nebo naopak výzvy?

- To je otázka, co je jednoduché a co je těžké. To každý má podle sebe. Pro ten pocit, že jsem do toho víc vtažený, tak je pro mě lepší, když ty otázky jakoby znám. Lepší je, aby byly pro mě lehčí, abych věděl správný odpovědi a měl z toho dobrej pocit.

Stává se vám, že se spletete? Jak na to reagujete?

- V nějakých výjimečných případech se snažím dohledat víc informací, proč jsem si to myslel špatně. Pak záleží na tom, jestli to řeknu nahlas a jsem v nějaký skupině, nebo jestli sedím sám doma u televize. V tom případě mi to je jedno. Ale ve skupině se člověk trošku zastydí.

Snažíte se porazit ty studiové soutěžící? Fandíte jim?

- Že bych je porazil, to úplně nějak nejde udělat. A samozřejmě jim fandím, vždy chci, aby ti soutěžící vyhráli. I když je tam někdo nepříjemnej, tak podvědomě chci, aby vyhráli.

Vnímáte lovce jako negativní postavu?

- Ne, tím jak je to udělaný jako zábavní pořad a jsou tam ty jejich škádlení, nebo i oni říkají ty zajímavosti. Zrovna v Na lovu je neberu jako negativní. Ale vnímám, že jsou top ve svých oborech a mají větší rozhled.

Fandíte někdy i lovci místo soutěžících.

- Spíš ne, možná když je ta finálová štvanice a on je sám musí porazit a předvést dobrý výkon. Dá se říct, že fandím tomu, kdo je v nevýhodě. Mám klasicky rád outsidery.

Měl jste někdy vůči uváděným otázkám pochybnosti? (pravdivost, struktura)

- Nepřišlo mi to asi nikdy, že by to bylo správně položený, já už asi tak jako podvědomě si říkám, že když je to v televizi a je tam nějakej tým odborníků, že si tu správnost oni moc dobře pohlídají, a ty otázky mi přijdou jasný. A u toho Lovu je dobrý, že to zpětně opraví, když je nějaká správná odpověď a oni ji neuznaj a pak se můžou vrátit a uznat jí. Takže třeba tady mi to přijde v pohodě. A u toho Máme rádi Česko, tam to řídí ten Bouček a tam to je hodně takový, že si to řídí podle sebe.

Táhnou vás nějak známé osobnosti v Máme rádi Česko?

- Jo z tohohle pohledu mě to určitě baví tím, že člověk pozná z jinýho pohledu. Mnohdy je člověk klame tělem, že když jsou to třeba nějací herci, tak dostávají role, kde nevypadají úplně inteligentně a ve skutečnosti jsou to inteligentní lidi. Tímhle je to určitě zajímavý a tím, že je to na charitu, tak je to dobrá motivace pro soutěžící.

Vadí vám, když nestihnete díl pořadu?

- Ne, nevadí. Nemám v tom žádnou pravidelnost. Ve volném čase když jsem doma, zapnu si televizi, to sleduji. Ani tím, jak to nemá žádnou návaznost.

Máte nějaký oblíbený typ soutěžícího? (vtipálek, velmi chytrý, …)

- Asi přímo nemám. Samozřejmě jsou mi sympatičtí lidé se smyslem pro humor, ale zároveň mám rád, když ti lidé to získají fakt těma vědomostmi, když si to jako nevytipujou a nevezou se na tom štěstí. Že vyhrajou 10 tisíc a pak za ně všichni odpovídaj. Mám rád, když v té finálové štvanici dokážou odpovědět na hodně otázek. Takže prostě ti, co fakt vědí.

Které věkové zastoupení soutěžících preferujete?

- Asi mladší, jak jsou mi blíž, tak se v nich víc vidím. Není to zas zásadní úplně, ale radši vidím mladší.

Jsou pro vás ty informace z kvízu prakticky využitelné?

- V tu chvíli si myslím, že jo, že jsem reálně nabyl nějaký vědomosti, ale myslím, že málokdy jsem pak tu vědomost ve svým životě využil a i tím, že je těch informací tam hodně, tak si málokdy myslím, že člověk z toho má, co by si odnesl. Pocitově ale se mi vždycky zdá, že jsem jako osvícenej.

Sdílíte názory, postřehy ohledně kvízových pořadů s někým dalším?

- Chválíme si to Na lovu, ale spíš ne. Pokud už na to nějak dojde, tak to chválím, ale není to nějaký téma diskuze.

Jaké další TV formáty sledujete?

- Reality TV, pokud se nejedná o milostný věci, jako je Love Island a Bachelor, to mi nedává moc smysl. Ale Survivor a další jiný reality show sleduju. Dřív jsem dost sledoval pořady o vaření. Ty mě teď už docela omrzely. Nemám rád Výměnu (manželek), to mi nepřijde na mý společenský úrovni, abych to sledoval.

Je pro vás kvíz nejoblíbenější pořad?

- Před ním mám Survivora.

Sledujete TV zpravodajstvi?

- Ano, hlavně na ČT. Beru to jako důvěryhodnej zdroj, i jako široký spektrum témat. Líbí se mi ty reportáže, jsou kvalitně zpracovaný.

Na jiných kanálech vůbec nesledujete zpravodajství?

- Většinou protože mi to tam zůstane běžet po Ulici, nebo chci sledovat pořad, kterej je potom, nebo sleduju pořad předtím a nechám to běžet. Ale co se týče základních zpráv, tak tam z toho vůbec neberu a kdyžtak se jen soustředím na sport, sportovní noviny. Tam mají oproti ČT širší spektrum.

A jiný typ zpravodajství?

- Pak ty sociální sítě, tam si prohlídnu nějaký příspěvek a prokliknu se na web. To čtu Seznam zprávy. I když v poslední době už mi nepřijdou úplně důvěryhodný. Nebo nevím, jestli je to dobrý slovo, ale každej druhej příspěvek je negativní, někdy mi přijde, že jsou tam hodně clickbaity a ten obsah úplně nesedí k tomu. Je tam dost reklam. Ale pokud je nějaký aktuální téma, tak jdu na Seznam zprávy a tam čerpám.

Kdybyste měl nějak rozdělit procentuálně svoji zpravodajskou konzumaci…

- … tak sedmdesát procent online a třicet televize. Primárně Seznam a sociální sítě. ČTčka a sportovní kanály.

Jaké třeba?

- Nova sport, ČT sport. Pak různý jiný stránky, který poskytujou odkazy na další zpravodajství.

Pouštíte si televizní zpravodajství z archivu?

- To jsem v životě neudělal, pokud jsem tam nebyl já nebo někdo známý.

Předplácíte si nějaký zpravodajský obsah?

- Žádný.

Jaká témata ve zprávách nejčastěji vyhledáváte?

- Sport a ty nejaktuálnější témata. Takže pokud jsou volby, tak volby atd. Ale že bych se koukal na zprávy, že by mě zajímal počet dopravních nehod, tak to ne.

Vnímáte obecně zpravodajství jako negativní?

- Aktuálně třeba ne, ale když se nově řeší aktuální situace, tak mi přijde, že to je vždycky až přehlcené, třeba válka na Ukrajině, Covid a tak. Ale pořád to přetrvává. Teď když se podívám na Seznam, tak 70% jsou negativní zprávy.

Máte důvěru ve zpravodajství?

- V tomhle mám důvěru v ČT s nějakou objektivitou. Protože jsou tam často odborníci na dané téma a jelikož mám zájem ve sportu, tak tam většinou je prostě popsaný ten děj, takže tam ta objektivita většinou je.

Co vás motivuje ke sledování zpráv? Je to práce, studium, osobní zájem…?

- Je to potřeba být v obraze, ne nutně k navazování konverzací, ale i kvůli tomu, abych se mohl přizpůsobit životním stylem, nebo pracovně abych věděl, jaký jsou nový zákony a předpisy. Takže být v celospolečenským obraze a abych předcházel nějakým změnám, nebo když se nějaký změny dějou, tak abych o nich věděl. Pokud se teda nebavíme o tom sportu, to zas prostě potřebuju být informovanej a je to můj koníček. Když to zazní v kvízovejch pořadech nebo v pub kvízu, tak jsem taky rád.

Zůstávají vám v hlavě víc informace z kvízových pořadů, kvízů nebo ze zpravodajství?

- Obecně asi ta audiovize oproti jen tomu mluvenému slovu. Je to něčím doprovázené.

Co vám schází ve zpravodajství?

- Dřív NBA, ale to se dost zlepšilo, předtím se to dost koncipovalo na český soutěže a sportovce, hlavně na ČT, proto jsem víc sledoval Novu, teď už se to vyrovnalo

Dokážete u zpráv relaxovat?

- Asi ano, nemám z toho nějaké rozrušující emoce. Asi je zas tolik nevnímám.

Koukáte na zprávy koncentrovaně nebo u nich něco děláte?

- Většinou u nich něco dělám, tak z 90%. Nějakou práci na počítači, jím, vařím, učím se a tak.

Děláte si názory na základě zpráv?

- Jo, protože se tam dozvím informace, který bych se nedozvěděl jinak, takže si pak na jejich základě obrázek. Ovlivňují mě, ale ne tím, že každý tvrzení bych si bral jako posvátný, ale spíš je to další kus informace, pomocí kterého si pak můžu zformulovat svůj obraz.

Je zpravodajství častým předmětem diskuze se známými?

- Pokud jsou to celospolečenské problémy, nebo pokud se to týká nějaké lokality, ve které trávím čas, tak ano. Ale jinak ne.

Sdílíte zpravodajské obsahy na sociálních sítích?

- Sportovní výsledky jo, ale z jiných odvětví ne.

Jak se vyvinul váš vztah ke zpravodajství v průběhu let?

- Dřív jsem víc koukal na Novu, teď víc koukám na ČT, protože na Nově mi ty informace přijdou často zavádějící a ne třeba i zajímavý. Takže to je jediná věc, kterou jsem změnil a začal jsem víc sledovat kanály na sociálních sítích a zjišťovat alternativní informace.

Vnímáte spojitost mezi zpravodajstvím a kvízovým pořadem?

- Asi ne, kvíz neinformuje aktuálně, spíš starší informace. Nevidím spojitost

**Příloha č.2: Kvantitativní dotazník – vzor**

*Televizní kvízové pořady*

Milí účastníci hospodských kvízů, dovolte mi poprosit Vás o chvíli Vašeho času k vyplnění dotazníku, který se zabývá Vaší motivací k (ne)sledování televizních kvízových pořadů. Výzkum si klade za cíl zjistit Váš záměr ke sledování a uspokojení Vašich mediálních potřeb. Zároveň porovnává mediální konzumaci kvízů s konzumací všech druhů zpravodajských obsahů.

Moje snaha je oslovit co nejvíce diváků z řad komunity hospodského kvízu a najít tak možné souvislosti této skupiny a kvízového typu pořadu. V dotazníku neexistují správné či špatné odpovědi. Je zcela anonymní, jeho výsledky budou zpracovány statisticky a budou použity pro výzkum v bakalářské práci v rámci studia na KMKSŽ UP v Olomouci.

Děkuji Vám za Vaši spolupráci!

Eva Nývltová

Univerzita Palackého v Olomouci

Filozofická fakulta

Katedra mediálních a kulturálních studií a žurnalistiky

E-mail: evca.nyvltova@seznam.cz

V případě zájmu o výsledky výzkumu mě můžete kontaktovat na mé e-mailové adrese.

1. Navštěvujete hospodské kvízy? \*

* Ano, pravidelně
* Ano, nepravidelně
* Byl\*a jsem na něm jednou
* Ne, nenavštěvuji
* Ne, nikdy jsem o nich neslyšel\*a

1. Kolik je Vám let? (odpovězte číslem) \*
2. Jaký je Váš gender? \*

* Muž
* Žena
* Nebinární/jiná identita
* Nechci uvádět

1. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání? \*

* Základní vzdělání
* Středoškolské bez maturity
* Středoškolské s maturitou
* Vyšší odborné vzdělání
* Vysokoškolské vzdělání
* Jiné:

1. Jaký je Váš současný pracovní status? \*

* Zaměstnanec\*kyně na plný úvazek
* Zaměstnanec\*kyně na částečný úvazek
* Podnikatel\*ka nebo OSVČ
* Student\*ka
* Nezaměstnaný\*á
* Na mateřské/rodičovské dovolené
* Důchodce\*kyně
* Jiné:

1. V jakém žijete regionu? \*

* Praha
* Čechy
* Morava

1. Jak velká je obec, ve které žijete? \*

* Do 999 obyvatel
* 1 000 – 4 999 obyvateli
* Město s 5 000 – 19 999 obyvateli
* Město s 20 000 – 99 999 obyvateli
* Velkoměsto nad 100 000 obyvatel

1. Kolik hodin týdně v průměru sledujete obecně televizní obsahy (včetně internetových platforem jako iVysílání, Prima+,...) \*

* Nesleduji vůbec
* Méně než 1 hodinu
* Více než 1 hodinu, ale méně než 2 hodiny
* 2-4 hodiny
* 4-6 hodin
* 6 a více hodin
* Jiné:

1. Jaké z následujících typů obsahů sledujete? (možno více odpovědí) \*

* Zpravodajství (např. hlavní zprávy, publicistické pořady)
* Kvízové pořady a soutěže
* Seriály a filmy
* Reality show
* Dokumenty
* Sportovní přenosy
* Pořady pro děti / rodinné pořady
* Zábavné pořady (talk show, zábavné skeče, stand-up)
* Hudební pořady a klipy
* Jiné:

1. Který z nich sledujete nejvíc? \*

* Zpravodajství (např. hlavní zprávy, publicistické pořady)
* Kvízové pořady a soutěže
* Seriály a filmy
* Reality show
* Dokumenty
* Sportovní přenosy
* Pořady pro děti / rodinné pořady
* Zábavné pořady (talk show, zábavné skeče, stand-up)
* Hudební pořady a klipy
* Jiné:

1. Jakou měrou sledujete televizní kvízové pořady? \*

* Velmi často (téměř každý den)
* Pravidelně (1–2× týdně)
* Občas (1–2× měsíčně)
* Jen výjimečně (méně než 1× za měsíc)
* Nikdy jsem žádný neviděl\*a (Přeskočte na otázku 26)

Sledující kvízových pořadů

1. Kolik hodin týdně v průměru sledujete kvízy v rámci televizního vysílání (mimo streamovací platformy jako je Oneplay, Netflix, ...) \*

* Nesleduji vůbec
* Méně než 1 hodinu
* Více než 1 hodinu, ale méně než 2 hodiny
* 2-4 hodiny
* 4-6 hodin
* 6 a více hodin
* Jiné:

1. Kolik hodin týdně v průměru sledujete kvízy na streamovacích platformách (jako je Oneplay, Netflix, ...) \*

* Nesleduji vůbec
* Méně než 1 hodinu
* Více než 1 hodinu, ale méně než 2 hodiny
* 2-4 hodiny
* 4-6 hodin
* 6 a více hodin
* Jiné:

1. Které dny preferujete ke sledování kvízových pořadů? \*

* Pondělí
* Úterý
* Středa
* Čtvrtek
* Pátek
* Sobota
* Neděle
* Nemám preferenci

1. Které z uvedených kvízů sledujete? \*

* A-Z Kvíz
* A-Z Kvíz Junior
* Zázraky přírody
* Kde domov můj
* Na lovu
* Na lovu - hvězdný speciál
* Superlov
* Máme rádi Česko
* COOL Taxi
* Šťastná 7
* Hvězdná 7
* Jiné:

1. Který z uvedených kvízů je Vašim nejoblíbenějším? \*

* A-Z Kvíz
* A-Z Kvíz Junior
* Zázraky přírody
* Kde domov můj
* Na lovu
* Na lovu - hvězdný speciál
* Superlov
* Máme rádi Česko
* COOL Taxi
* Šťastná 7
* Hvězdná 7
* Jiné:

1. Předtím, než jsem začal\*a navštěvovat hospodské kvízy, jsem: \*

* Sledoval\*a kvízové pořady více než nyní
* Sledoval\*a kvízové pořady méně něž nyní
* Sledoval\*a kvízové pořady stejně jako nyní
* Kvízové pořady vůbec nesledoval\*a
* Nevím / nedokáži říct

1. Kvízové pořady sleduji: \*

* Vždy plně soustředěně
* Většinou plně soustředěně, málokdy se věnuji i jiné činnosti
* Spíše se věnuji jiné činnosti, z menší části se plně soustředím
* Po celou dobu jejich trvání se věnuji další činnosti
* Jiné:

1. Které další činnosti u kvízových pořadů vykonáváte?

* Domácí práce (úklid, žehlení, vaření, praní)
* Studium/práce
* Používání mobilu/internetu
* Spánek
* Rozhovor s dalším člověkem na téma nezávislé na pořadu
* Zapisování odpovědí z pořadu
* Poslech hudby
* Jiné mediální aktivity
* Jiné:

1. Kvízové pořady sleduji: \*

* Cíleně v době, kdy běží v televizi
* Cíleně i mimo vysílací čas (např. internetové platformy jako iVysílání, Oneplay,…)
* Náhodně, když na ně narazím
* Jiné:

Zpravodajství

1. Které informační zdroje používáte? \*

* Televizní zpravodajství
* Tisk (noviny, časopisy)
* Rozhlasové zpravodajství
* Internetové zpravodajství (např. Seznam Zprávy, iDNES)
* Sociální sítě (Facebook, Instagram, TikTok…)
* YouTube / podcasty
* Online fóra a skupiny (Reddit, eMimino, facebookové skupiny)
* Rodina a přátelé
* Škola / vzdělávací instituce
* Vyhledávače (např. Google)
* Odborné články / vědecké zdroje
* Jiné:

1. Který z těchto informačních zdrojů považujete za nejdůležitější? \*

* Televizní zpravodajství
* Tisk (noviny, časopisy)
* Rozhlasové zpravodajství
* Internetové zpravodajství (např. Seznam Zprávy, iDNES)
* Sociální sítě (Facebook, Instagram, TikTok…)
* YouTube / podcasty
* Online fóra a skupiny (Reddit, eMimino, facebookové skupiny)
* Rodina a přátelé
* Škola / vzdělávací instituce
* Vyhledávače (např. Google)
* Odborné články / vědecké zdroje
* Jiné:

1. Kolik hodin týdně zhruba trávíte konzumací zpravodajství? \*

* Nesleduji vůbec
* Méně než 1 hodinu
* Více než 1 hodinu, ale méně než 2 hodiny
* 2-4 hodiny
* 4-6 hodin
* 6 a více hodin
* Jiné:

Výroky - kvízové pořady x zpravodajství

Označte prosím možnost, se kterou se nejvíce ztotožňujete vůči daným výrokům.

1. Kvízové pořady \*

Zcela souhlasím - Spíše souhlasím – Neutrální - Spíše nesouhlasím - Zcela nesouhlasím Nevím/nedokáži určit

* Sleduji kvízové pořady k získání nových informací
* Kvízové pořady mě motivují k doplnění znalostí a jejich kontextu
* Informace z kvízů jsou mi užitečné v hospodském kvízu
* Pokud znám odpověď v kvízovém pořadu, cítím se vzdělaně
* Zpochybňuji položení některých otázek v kvízových pořadech z hlediska formulace či správnosti
* Kvízovými pořady testuji své znalosti
* Vedu diskuze s lidmi ohledně témat v kvízových pořadech
* U kvízového pořadu dokážu relaxovat
* „Soutěžím“ se studiovými soutěžícími
* Na soutěžní kvízy raději koukám s někým, než sám\*a
* Informace z kvízových pořadů se aktivně snažím zapamatovat
* Cítím se ke zodpovězení otázek kompetentní a znalý\*á
* Komentuji příspěvky ohledně kvízových pořadů na sociálních sítích
* Baví mě sledovat známé osobnosti v kvízových pořadech
* Informace v kvízových pořadech považuji za spolehlivé
* Nejvíce v pořadech vyhledávám otázky blízké mým zájmům
* Když nemám přehled o tématu, na které je zrovna otázka, cítím se nejistě
* Vnímám obzvlášť se zájmem, je-li v kvízovém pořadu zástupce mé generace.
* Fandím soutěžícím na obrazovce
* Sleduji kvízové pořady k získání nových informací
* Kvízové pořady mě motivují k doplnění znalostí a jejich kontextu
* Informace z kvízů jsou mi užitečné v hospodském kvízu
* Pokud znám odpověď v kvízovém pořadu, cítím se vzdělaně
* Zpochybňuji položení některých otázek v kvízových pořadech z hlediska formulace či správnosti
* Kvízovými pořady testuji své znalosti
* Vedu diskuze s lidmi ohledně témat v kvízových pořadech
* U kvízového pořadu dokážu relaxovat
* „Soutěžím“ se studiovými soutěžícími
* Na soutěžní kvízy raději koukám s někým, než sám\*a
* Informace z kvízových pořadů se aktivně snažím zapamatovat
* Cítím se ke zodpovězení otázek kompetentní a znalý\*á
* Komentuji příspěvky ohledně kvízových pořadů na sociálních sítích
* Baví mě sledovat známé osobnosti v kvízových pořadech
* Informace v kvízových pořadech považuji za spolehlivé
* Nejvíce v pořadech vyhledávám otázky blízké mým zájmům
* Když nemám přehled o tématu, na které je zrovna otázka, cítím se nejistě
* Vnímám obzvlášť se zájmem, je-li v kvízovém pořadu zástupce mé generace.
* Fandím soutěžícím na obrazovce

1. Zpravodajství (tisk, TV, rozhlas, ...) \*

Zcela souhlasím - Spíše souhlasím – Neutrální - Spíše nesouhlasím - Zcela nesouhlasím Nevím/nedokáži určit

* Sleduji zpravodajství k získání nových informací
* Zpravodajství mě motivuje k doplnění znalostí a jejich kontextu
* Informace ze zpravodajství jsou užitečné v hospodském kvízu
* Pokud znám kontext zpravodajské události, cítím se vzdělaně
* Zpochybňuji pravdivost či objektivitu některých zpráv
* Porovnávám svou znalost veřejného dění s lidmi kolem mě
* Vedu diskuze s lidmi kolem mě na zpravodajská témata
* U zpravodajství si dokážu odpočinout
* Zpravodajství raději konzumuji sám\*a, než abych ho jakýmkoli způsobem sdílel\*a s ostatními
* Informace ze zpravodajství si aktivně snažím zapamatovat
* Cítím se znalý a kompetentní v aktuálních zpravodajských tématech
* Komentuji zpravodajské příspěvky na sociálních sítích
* Věřím zprostředkovateli zpravodajského obsahu v jeho správnosti
* Nejvíce v tématech zpráv vyhledávám taková, která jsou blízká mým zájmům
* Když nemám přehled o aktuálním zpravodajství, cítím se nejistý\*á sám\*a sebou
* Vnímám obzvlášť se zájmem, když se zpravodajský obsah týká mé generace
* Sleduji zpravodajství k získání nových informací
* Zpravodajství mě motivuje k doplnění znalostí a jejich kontextu
* Informace ze zpravodajství jsou užitečné v hospodském kvízu
* Pokud znám kontext zpravodajské události, cítím se vzdělaně
* Zpochybňuji pravdivost či objektivitu některých zpráv
* Porovnávám svou znalost veřejného dění s lidmi kolem mě
* Vedu diskuze s lidmi kolem mě na zpravodajská témata
* U zpravodajství si dokážu odpočinout
* Zpravodajství raději konzumuji sám\*a, než abych ho jakýmkoli způsobem sdílel\*a s ostatními
* Informace ze zpravodajství si aktivně snažím zapamatovat
* Cítím se znalý a kompetentní v aktuálních zpravodajských tématech
* Komentuji zpravodajské příspěvky na sociálních sítích
* Věřím zprostředkovateli zpravodajského obsahu v jeho správnosti
* Nejvíce v tématech zpráv vyhledávám taková, která jsou blízká mým zájmům
* Když nemám přehled o aktuálním zpravodajství, cítím se nejistý\*á sám\*a sebou
* Vnímám obzvlášť se zájmem, když se zpravodajský obsah týká mé generace

Nesledující kvízových pořadů

1. Proč nesledujete kvízové televizní pořady? \*

* Nepovažuji je za zábavné
* Nepovažuji je za informačně přínosné
* Nemám na ně čas
* Dávám přednost jinému typu pořadů (např. seriály, reality show…)
* Otázky vnímám jako příliš obtížné
* Vadí mi formát
* Jiné:

1. Jaké zdroje informací užíváte? \*

* Televizní zpravodajství
* Tisk (noviny, časopisy)
* Internetové zpravodajství (např. Seznam Zprávy, iDNES)
* Rozhlasové zpravodajství
* Sociální sítě (Facebook, Instagram, TikTok…)
* YouTube / podcasty
* Online fóra a skupiny (Reddit, eMimino, facebookové skupiny)
* Rodina a přátelé
* Škola / vzdělávací instituce
* Vyhledávače (např. Google)
* Odborné články / vědecké zdroje
* Jiné:

1. Který z těchto informačních zdrojů považujete za nejdůležitější? \*

* Televizní zpravodajství
* Tisk (noviny, časopisy)
* Internetové zpravodajství (např. Seznam Zprávy, iDNES)
* Rozhlasové zpravodajství
* Sociální sítě (Facebook, Instagram, TikTok…)
* YouTube / podcasty
* Online fóra a skupiny (Reddit, eMimino, facebookové skupiny)
* Rodina a přátelé
* Škola / vzdělávací instituce
* Vyhledávače (např. Google)
* Odborné články / vědecké zdroje
* Jiné:

1. Sleduje někdo ve Vaší rodině kvízové pořady? \*

* Ano
* Ne

1. Které z uvedených kvízů znáte? \*

* A-Z Kvíz
* A-Z Kvíz Junior
* Zázraky přírody
* Kde domov můj
* Na lovu
* Na lovu - hvězdný speciál
* Superlov
* Máme rádi Česko
* COOL Taxi
* Šťastná 7
* Hvězdná 7
* Neznám žádný
* Jiné:

1. Jsou kvízové pořady někdy námětem konverzací Vašeho kolektivu hospodského kvízu? \*

* Ano
* Ne

1. Pokud ano, jak se v takové situaci cítíte? \*

Ano - Ne - Nevím/nedokáži říct

* Je mi to jedno
* Snažím se změnit téma
* Cítím se odstrčeně
* Cítím motivaci si pořad pustit
* Mrzí mě, že o pořadu nejsem informovaný\*á
* Vynechám konverzaci, dokud se nebaví o něčem jiném

1. HOLMES, Su. *The quiz show*. Online. Edinburgh: Edinburgh University Press, c2008. Dostupné z: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/natl-ebooks/detail.action?docID=380401>. [↑](#footnote-ref-1)
2. tamtéž [↑](#footnote-ref-2)
3. Hoerschelmann, Olaf. Rules of the Game: Quiz Shows and American Culture. 1. vyd. Albany: State University of New York Press, 2006. ISBN 978-0791466297. [↑](#footnote-ref-3)
4. HOLMES, Su. *The quiz show*. Online. Edinburgh: Edinburgh University Press, c2008. Dostupné z: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/natl-ebooks/detail.action?docID=380401>. [↑](#footnote-ref-4)
5. literatura, umění, hudba, filmy nebo divadelní hry, které nejsou vážné a jsou určeny lidem, kteří o těchto formách umění mnoho nevědí; lidé, kteří nejsou inteligentní a nevědí mnoho o takových věcech *(Definice* ***lowbrow*** *z Cambridge Academic Content Dictionary © Cambridge University Press)* [↑](#footnote-ref-5)
6. In: *The quiz show*. Edinburgh: Edinburgh University Press, c2008, s. 4. ISBN 978 0 7486 2752 3. [↑](#footnote-ref-6)
7. s. 4 tamtéž [↑](#footnote-ref-7)
8. LACEY, Nick. Narrative and Genre: Key Concepts in Media Studies. Basingstoke: Macmillan, 2000. ISBN 978-0333658724. [↑](#footnote-ref-8)
9. *Taxík* (Cash Cab, 2008) je kvízová show založená na taxislužbě, kde jsou náhodní zákazníci vyzvednuti na ulici a na cestě do cíle jsou položeni sérii otázek, aby vyhráli peníze. (zdroj: [www.imdb.com](http://www.imdb.com)) [↑](#footnote-ref-9)
10. NEALE, Steve. Genre and Television. In: CREEBER, Glen, ed. The Television Genre Book. London: BFI, 2001, ISBN 978-0851708528. [↑](#footnote-ref-10)
11. MACDONALD, Myra. Exploring Media Discourse. London: Arnold, 2003. ISBN 978-0340719047. [↑](#footnote-ref-11)
12. NEALE, Steve. Genre and Television. In: CREEBER, Glen, ed. The Television Genre Book. London: BFI, 2001, ISBN 978-0851708528. [↑](#footnote-ref-12)
13. MITTELL, Jason. Before the Scandals: The Radio Precedents of the Quiz Show Genre. In: HILMES, Michele, LOVIGLIO, Jason, eds. Radio Reader: Essays in the Cultural History of Radio. London: Routledge, 2002, s. 319–342. ISBN 978-0415936194. [↑](#footnote-ref-13)
14. SENDALL, Bernard. Independent Television in Britain: Origin and Foundation: 1946–62. London: Macmillan, 1982. ISBN 978-0333327429. [↑](#footnote-ref-14)
15. WHANNEL, Garry. The Price is Right but the Moments are Sticky: Television, Quiz and Games Shows and Popular Culture. In: STRINATI, Dominic, WAGG, Stephen, eds. Come On Down: Popular Culture in Post-War Britain. London: Routledge, 1992, s. 179–201. ISBN 978-0415079257. [↑](#footnote-ref-15)
16. CRISELL, Andrew. An Introductory History of British Broadcasting. 2. vyd. London: Routledge, 2001. ISBN 978-0415248892. [↑](#footnote-ref-16)
17. BODDY, William. Fifties Television: The Industry and Its Critics. Urbana: University of Illinois Press, 1990. ISBN 978-0252017185. [↑](#footnote-ref-17)
18. MITTELL, Jason. Before the Scandals: The Radio Precedents of the Quiz Show Genre. In: HILMES, Michele, LOVIGLIO, Jason, eds. Radio Reader: Essays in the Cultural History of Radio. London: Routledge, 2002, s. 319–342. ISBN 978-0415936194. [↑](#footnote-ref-18)
19. nezávislá agentura vlády Spojených států amerických, která reguluje všechny formy vysílání na jejich území [↑](#footnote-ref-19)
20. BODDY, William. Fifties Television: The Industry and Its Critics. Urbana: University of Illinois Press, 1990. ISBN 978-0252017185. [↑](#footnote-ref-20)
21. HARALOVICH, Mary Beth, TROSSETT, Michael W. “Expect the Unexpected”: Narrative Pleasure and Uncertainty Due to Chance in Survivor. In: MURRAY, Susan, OUELLETTE, Laurie, eds. Reality TV: Re-making Television Culture. New York: New York University Press, 2004, s. 75–96. ISBN 978-0814732085. [↑](#footnote-ref-21)
22. ŠVIHÁLEK, Milan. *ANO-NE: PŘÍBĚH JEDNÉ SOUTĚŽE*. Online. In: Česká televize. 2000. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/historie/novodoba-historie-ct/projekt-historicke-a-teoreticke-analyzy-televizni-tvorby/>. [cit. 2025-03-20]. [↑](#footnote-ref-22)
23. HOFSTADTER, Richard. Anti-Intellectualism in American Life. New York: Alfred Knopf, 1974. Vydání původně z roku 1963. [↑](#footnote-ref-23)
24. PFEFFER, Wendy. Intellectuals Are More Popular in France: The Case of French and American Game Shows. In: ROLLIN, Roger B., ed. The Americanization of the Global Village. Ohio: Bowling Green State University Popular Press, 1989, s. 24–32. [↑](#footnote-ref-24)
25. BELL, Philip a Theo VAN LEEUWEN. The Media Interview: Confession, Contest and Conversation. Sydney: New South Wales Press, 1994. [↑](#footnote-ref-25)
26. ROOT, Jane. Open the Box: About Television. London: Comedia, 1986. ISBN 0906890780. [↑](#footnote-ref-26)
27. HOERSCHELMANN, Olaf. Rules of the Game: Quiz Shows and American Culture. New York: State University of New York Press, 2006. [↑](#footnote-ref-27)
28. HOLMES, Su. *The Quiz Show.* Edinburgh: Edinburgh University Press, 2008, s. 145. [↑](#footnote-ref-28)
29. HOLMES, Su. *The Quiz Show.* Edinburgh: Edinburgh University Press, 2008, s. 129. [↑](#footnote-ref-29)
30. HOLMES, Su. *The Quiz Show.* Edinburgh: Edinburgh University Press, 2008, s. 131, rozhovor s Greenstonem [↑](#footnote-ref-30)
31. HOLMES, Su. *The Quiz Show.* Edinburgh: Edinburgh University Press, 2008, s. 77. [↑](#footnote-ref-31)
32. Gray, Jonathan. Television Entertainment [online]. London: Routledge, 2009. Dostupné z: https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9780203869017. ISBN 978-0-203-86901-7. [↑](#footnote-ref-32)
33. Foucault, Michel. Discipline and Punish: The Birth of the Prison. New York: Pantheon Books, 1977. ISBN 0-394-41775-5. [↑](#footnote-ref-33)
34. HOLMES, Su. *The Quiz Show.* Edinburgh: Edinburgh University Press, 2008, s. 93. [↑](#footnote-ref-34)
35. Orgad, Shani. Media Representation and the Global Imagination. Cambridge: Polity Press, 2014. ISBN 978-0-7456-5239-7. [↑](#footnote-ref-35)
36. Dyer, Richard. Only Entertainment. 2nd ed. London: Routledge, 2009. ISBN 978-0-415-46975-6. [↑](#footnote-ref-36)
37. Dyer, Richard. Only Entertainment. 2nd ed. London: Routledge, 2009. ISBN 978-0-415-46975-6. [↑](#footnote-ref-37)
38. HOLMES, Su a Sean REDMOND. Framing Celebrity: New Directions in Celebrity Culture [online]. London: Routledge, 2012 [cit. 2025-04-15]. Dostupné z: https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9780203715406. ISBN 978-0-203-71540-6.

    [↑](#footnote-ref-38)
39. LASSWELL, Harold D. Propaganda Technique in the World War. Cambridge: MIT Press, 1927. ISBN 978-0262620015. [↑](#footnote-ref-39)
40. WOOD, Helen. Active Audiences and Uses and Gratifications. In: ALVARADO, Manuel; BUONANNO, Milly; GRAY, Herman; MILLER, Toby, eds. The SAGE Handbook of Television Studies. London: SAGE Publications Ltd, 2014, s. 366–382. ISBN 978-0-7619-4741-7. ​uk.sagepub.com [↑](#footnote-ref-40)
41. FISKE, John. Reading the Popular. London: Routledge, 1989. ISBN 978-0-415-03427-9. [↑](#footnote-ref-41)
42. LASSWELL, Harold D. Propaganda Technique in the World War. Cambridge: MIT Press, 1927. ISBN 978-0262620015. [↑](#footnote-ref-42)
43. Hall, Stuart. *Encoding/Decoding*. In: Hall, Stuart, et al. *Culture, Media, Language*. London: Routledge, 1980. ISBN 9780415039307. [↑](#footnote-ref-43)
44. Katz, Elihu; Blumler, Jay G.; Gurevitch, Michael. *Uses and Gratifications Research*. Public Opinion Quarterly, 1973, roč. 37, č. 4, s. 509–523. ISSN 0033-362X [↑](#footnote-ref-44)
45. Jenkins, Henry. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: NYU Press, 2006. ISBN 9780814742815. [↑](#footnote-ref-45)
46. Morley, David. *Television, Audiences and Cultural Studies*. London: Routledge, 1992. ISBN 9780415076982 [↑](#footnote-ref-46)
47. Fiske, John. *Television Culture*. London: Routledge, 1987. ISBN 9780415039345. [↑](#footnote-ref-47)
48. Katz, Elihu; Blumler, Jay G.; Gurevitch, Michael. *Uses and Gratifications Research*. Public Opinion Quarterly, 1973, roč. 37, č. 4, s. 509–523. ISSN 0033-362X [↑](#footnote-ref-48)
49. WEIYAN, Liu. A Historical Overview of Uses and Gratifications Theory. Online. *Cross-Cultural Communication*. 2015, vol. 11, no. 9, str. 72. Dostupné z: <https://doi.org/10.3968/7415>. [↑](#footnote-ref-49)
50. KATZ, Elihu, BLUMLER, Jay G. a GUREVITCH, Michael. Uses and Gratifications Research. *Public Opinion Quarterly*. 1973, roč. 37, č. 4, s. 509–523. ISSN 0033-362X. DOI: 10.1086/268109. [↑](#footnote-ref-50)
51. ROSENGREN, Karl Erik, 1974. Uses and gratifications: A paradigm outlined. In: BLUMLER, Jay G. a Elihu KATZ, eds. The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research. Berkeley: University of California Press, s. 269–286. [↑](#footnote-ref-51)
52. BLUMLER, Jay G., 1979. The role of theory in uses and gratifications studies. Communication Research. 1979, roč. 6, č. 1, s. 9–36. ISSN 0093-6502. [↑](#footnote-ref-52)
53. WEIYAN, Liu. A Historical Overview of Uses and Gratifications Theory. Online. *Cross-Cultural Communication*. 2015, vol. 11, no. 9, str. 72. Dostupné z: <https://doi.org/10.3968/7415>. [↑](#footnote-ref-53)
54. BLUMLER, Jay G., 1979. The role of theory in uses and gratifications studies. Communication Research. 1979, roč. 6, č. 1, s. 9–36. ISSN 0093-6502. [↑](#footnote-ref-54)
55. Sundar, S. Shyam a LIMPEROS, Anthony M. Uses and Grats 2.0: New Gratifications for New Media. Journal of Broadcasting & Electronic Media [online]. 2013, 57(4), 504–525 [cit. 2025-03-26]. DOI: 10.1080/08838151.2013.845827. [↑](#footnote-ref-55)
56. Moores, Shaun. Interpreting Audiences: The Ethnography of Media Consumption. London: Sage, 1993. [↑](#footnote-ref-56)
57. WOOD, Helen. Active Audiences and Uses and Gratifications. In: ALVARADO, Manuel; BUONANNO, Milly; GRAY, Herman; MILLER, Toby, eds. The SAGE Handbook of Television Studies. London: SAGE Publications Ltd, 2014, s. 366–382. ISBN 978-0-7619-4741-7. ​uk.sagepub.com [↑](#footnote-ref-57)
58. RUGGIERO, Thomas E. Uses and gratifications theory in the 21st century. Mass Communication and Society. 2000, 3(1), s. 3–37. ISSN 1520-5436. DOI: 10.1207/S15327825MCS0301\_02. [↑](#footnote-ref-58)
59. „Professor Quiz“ byl americký rozhlasový kvízový pořad vysílaný od roku 1936 do roku 1948. Jednalo se o jeden z prvních interaktivních soutěžních pořadů, ve kterém posluchači zasílali otázky a měli možnost vyhrát peněžní odměny. Zdroj: Game Shows Wiki, <https://gameshows.fandom.com/wiki/Professor_Quiz?utm_source=chatgpt.com> [↑](#footnote-ref-59)
60. KLAUS, Elisabeth, 2016. From Listeners to Viewers: Herzog as the Founder of Qualitative Entertainment and Audience Research. European Journal of Communication. [online]. 31(1), 15–27. [↑](#footnote-ref-60)
61. Strana 6, tamtéž [↑](#footnote-ref-61)
62. HERZOG, Herta, 1940. Professor quiz: A gratification study. In: LAZARSFELD, Paul F., ed. Radio and the printed page: An introduction to the study of radio and its role in the communication of ideas. New York, NY: Duell, Sloan and Pearce, s. 64–93. [↑](#footnote-ref-62)
63. McQUAIL, Denis, BLUMLER, Jay G. a BROWN, J.R. The Television Audience: A Revised Perspective. In: McQUAIL, Denis a BLUMLER, Jay G., eds. Television and the Social Interest. London: Sage Publications, 1972, s. 135–165. [↑](#footnote-ref-63)
64. Papacharissi, Z. a Mendelson, A. L., 2007. An Exploratory Study of Reality Appeal: Uses and Gratifications of Reality TV Shows. Journal of Broadcasting & Electronic Media, 51(2), s. 355–370. Dostupné z: https://doi.org/10.1080/08838150701307152&#8203;:contentReference[oaicite:0]{index=0}. [↑](#footnote-ref-64)
65. Pojem označující respondenta v kvalitativním výzkumu z: SEDLÁKOVÁ, Renáta. Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky. Online. Žurnalistika a komunikace. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-3568-9. [↑](#footnote-ref-65)
66. Pojem označující otázky navazující na předem vytvořený základ otázek z: SEDLÁKOVÁ, Renáta. Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky. Online. Žurnalistika a komunikace. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-3568-9. [↑](#footnote-ref-66)
67. Souhrnný název pro lidi narozené mezi lety 1965-1980 [↑](#footnote-ref-67)
68. Často je jim přisuzováno období narození 1980 až devadesátá léta minulého století [↑](#footnote-ref-68)
69. HENDL, Jan. Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace. Praha: Portál, 2005, s. 46. ISBN 80-7367-040-2. [↑](#footnote-ref-69)
70. „Její pomocí lze měřit míru intenzity postoje…, soubor ukazatelů ve formě výroků indikující jev či postoj, se kterým respondenti vyjadřují svůj (ne)souhlas“ z: SEDLÁKOVÁ, Renáta. Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky. Online. Žurnalistika a komunikace. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-3568-9. [↑](#footnote-ref-70)