

**UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO
PRAHA**

Bakalářské prezenční studium

2009 – 2012

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Martina Hrůnková

Komparace reality show se zaměřením na reality show
VyVolení a Big Brother

Praha 2012

Vedoucí bakalářské práce:
Ing. Prokůpek Václav, Ph.D.

JAN AMOS KOMENSKÝ UNIVERSITY PRAGUE

Bachelor Full Time Studies

2009 - 2012

BACHELOR THESIS

Martina Hrůnková

Comparison of the reality show focused on reality show
VyVolení and Big Brother

Prague 2012

The bachelor thesis work supervisor:

Ing. Prokúpek Václav, Ph.D.

Prohlášení

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

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v univerzitní knihovně.

V Praze dne 20.3 2012

Martina Hrůnková.....

Vlastnoruční podpis

Poděkování

Ráda bych tímto poděkovala svému vedoucímu bakalářské práce Ing. Václavu Prokúpkovi, Ph.D. za odborné vedení, cenné rady a pomoc při vypracování této práce. Dále bych chtěla poděkovat Mgr. Milanu Vojířovi, který projevil neskutečnou ochotu a trpělivost při konzultacích na této práci.

Anotace

Tato bakalářská práce se zabývá komparací nejznámějších českých reality show. Teoretická část zachycuje historii, charakteristické rysy a možné negativní dopady reality show na výchovu dětí a psychický stav soutěžících. Pozornost je ze značné části věnována jednotlivým druhům reality show z hlediska vzniku, obsahu a charakteristiky pořadu. Cílem práce je porovnat dvě reality show, které jsou považovány za významný mezník zrodu reality show u nás. Praktická část, se formou dotazníkového šetření a komparací jednotlivých rysů obou pořadů, zaměřuje na zjištění, která z daných reality show, byla divácky sledovanější a jaké možné důvody k tomu diváky vedly.

Klíčové pojmy

Big Brother, divák, reality show, sledovanost, srovnání, účastníci reality show, vliv, VyVolení

Annotation

This bachelor thesis compares the most popular Czech reality shows. Theoretical part concerns itself with the history, characteristic features and possible negative impacts on children's upbringing and mental state of participants of said shows. Attention is mainly paid towards development, content and nature of the programmes. Goal of this thesis is to compare two reality shows, which are believed to be a major turning point in the evolution of this genre in the Czech Republic. Practical part, using questionnaire research and comparison of characteristic features of the aforementioned programmes, aims to reveal, which of the two productions was more favoured by spectators and why.

Key words

Big Brother, comparison, influence, ratings, reality show, reality show participants, show, spectator, VyVolení

Obsah

ÚVOD	9
TEORETICKÁ ČÁST.....	11
1. REALITY SHOW	11
1.1 Definice reality show	11
1.2 Charakteristické rysy aneb atraktivnost pro diváka.....	12
2. HISTORIE.....	15
2.1 Reality show ve světě	15
2.2 Reality show v České republice.....	17
3. TYPY REALITY SHOW	19
3.1 Příklady nejznámějších reality show v ČR.....	19
3.1.1 Ano, šéfe!	20
3.1.2 Jste to, co jíte.....	21
3.1.3 Prostřeno	22
3.1.4 Výměna manželek.....	23
3.1.5 Hlas Československa.....	24
3.1.6 Česko hledá Super Star	25
3.1.7 Československo má talent.....	25
3.1.8 Farmář hledá ženu	26
3.1.9 Star Dance...když hvězdy tančí	27
3.1.10 Vypadáš skvěle	27
3.1.11 Pošta pro tebe	28
3.2 Příklady nejznámějších světových reality show	29
3.2.1 The Swan (Labuť).....	29
3.2.2 Survivor (Kdo přežije)	29
3.2.3 Fear Factor (Faktor strachu).....	30
3.2.4 Hell's Kitchen (Pekelná kuchyně)	30
3.2.5 The Amazing Race.....	30
4. KRITIKA REALITY SHOW.....	32
4.1 Etika.....	33

4.2 Negativní vliv reality show na děti a mládež.....	34
4.2.1 Rada pro rozhlasové a televizní vysílání ve vztahu k reality show .	37
4.3 Negativní dopady mediální popularity na soutěžící	38
PRAKTICKÁ ČÁST	41
5. Formulace výzkumného problému	41
5.1 Metodologie výzkumu	41
5.2 Základní hypotézy	42
5.3 Charakteristika výzkumného vzorku	42
5.4 Vlastní výzkum za pomoci dotazníku.....	44
5.5 Vlastní výzkum za pomoci komparace reality show	49
VyVolení a Big Brother	49
Vyvolení.....	50
Big Brother.....	53
5.5.1 Výsledky Komparace reality show VyVolení a Big Brother	58
5.6 Shrnutí výsledků	61
ZÁVĚR.....	62
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	63
SEZNAM INTERNETOVÝCH ZDROJŮ	65
SEZNAM GRAFŮ	68
SEZNAM PŘÍLOH	70
Příloha A – DOTAZNÍK	I

ÚVOD

Každý den na každém televizním programu se můžeme setkat s reality show nebo alespoň s pořady, které mají samotné prvky tohoto formátu. Dnes tento druh televizní zábavy je takřka na denním pořádku. Televizní stanice ho vytváří a podporují, kvůli vysokým finančním výdělkům. Veřejnost ho odmítá i vítá, chválí i kritizuje, ale v drtivé většině stejně sleduje. Reality show do svých programů kvůli vysoké sledovanosti nasazují nejen komerční televize ale i veřejnoprávní. Konkurence těchto pořadů je veliká.

V roce 2005 odstartoval tzv. reality boom v podobě dvou kontejnerových reality show, který na krátkou dobu doslova pohltil české publikum. Boj o diváka, započala TV Nova svou reality show Big Brother a TV Prima obdobným formátem pod názvem VyVolení. Obě reality show přinášely zcela nový formát televizní zábavy. Diváci byli plni očekávání a těmito reality show doslova pohlceni.

Cílem práce bylo srovnat tyto dva formáty a poukázat na možné aspekty, které dělají tu či onu reality show atraktivní pro diváka. Dalším cílem bylo zjistit, zda diváci ačkoliv uběhlo několik let od odvysílání těchto pořadů, mají stále o nich povědomí o reality show VyVolení a Big Brother.

V úvodní kapitole se čtenář seznámí se samotným pojmem reality show. Budou mu představeny charakteristické rysy daného formátu, které mají za následek atraktivnost pro diváka. Následující kapitola pojednává o historii těchto pořadů a možných předchůdcích formátu reality show.

Předmětem třetí kapitoly jsou ukázky a srovnání nejznámějších českých i zahraničních reality show. V kapitole je popsán obsah i forma jednotlivých pořadů. Čtvrtá kapitola se zabývá kritikou reality show. V kapitole jsou obsaženy názory psychologů a popsán tzv. Stanfordský experiment, který čtenářům blíže přiblíží faktory, které mohou ovlivnit chování soutěžících v reality show. Dále je kapitola zaměřena na negativní vlivy reality show na děti a mládež. Důležitá je zde i kapitola otázky etiky a Rady pro rozhlasové

a televizní vysílání ve vztahu k reality show. Předmětem kapitoly je poukázat na atraktivnost reality show, ovšem i na její stinnou stránku, kterou je ztráta soukromí či izolace od okolního světa.

Metodická východiska a realizace analýzy jsou obsahem páté kapitoly, kde čtenáře seznámí se zkoumaným pořadem, metodikou a výsledky výzkumu.

TEORETICKÁ ČÁST

1. REALITY SHOW

Některým se líbí, jiní jí opovrhují. Tak či onak se na tento program podívají. Vzbuzuje vlnu kritiky, ale i obdivu. Formát reality show se v posledních letech zapsal do dějin mediální zábavy. V této kapitole se blíže seznámíme se samotným pojmem reality show a představíme charakteristické rysy, které vzbuzují zájem u diváka.

1.1 Definice reality show

Samotný formát reality show je velice rozmanitý, a tudíž je velmi problematické ho přesně definovat. V doslovném překladu si reality show můžeme vysvětlit jako skutečný, reálný pořad zachycující skutečnou situaci neboli realitu.

Slovník Mediální komunikace uvádí: *„Reality TV je televizní žánr, postavený na znázorňování reálných situací -prezentuje dokumentární záznamy či zaznamenává spontánní scény. Reálnost těchto situací je do značné míry konstruována a simulována, prioritní je, aby působily dramaticky.“*¹

Termín reality TV vysvětluje Kunczik jako: *„Pořady, s jejichž pomocí jsou reálné události využívány k získání co největší pozornosti diváků a pocuchání jejich nervů. Informační hodnota děje a zprávy o souvislostech událostí ustupují do pozadí ve prospěch spektakulární prezentace.“*²

Reality show poté můžeme charakterizovat jako pořad, ve kterém mohou diváci sledovat skutečné postavy na místo herců, v reálných situacích, do nichž dobrovolně vstoupily. Mluvíme o lidech, kteří se rádi předvádí a mají

¹ REIFOVÁ, Irena a kolektiv. *Slovník mediální komunikace*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-926-7, s. 206

² KUNCZIK, Michael. *Základy masové komunikace*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 1995, ISBN 80-718-4134-X, s. 53

v sobě jistou dávku exhibicionismu. Aktéři, ztrácí veškeré své soukromí, o které se dělí s diváky. Motivací je pro ně většinou velká finanční hodnota.

„Definice není ujednocená, ale většina vymezení se shoduje v tom, že se jedná o nehrané reakce reálných lidí (tj. zpravidla neherců) v autentických životních situacích.“³

1.2 Charakteristické rysy aneb atraktivnost pro diváka

Proniknout do soukromí druhých je jednou z hlavních příčin vysoké oblíbenosti žánru reality show a zároveň charakteristickým rysem. Vedle pořadů nevalné hodnoty existují i takové, které mohou prozradit více o společnosti, ve které žijeme. Příkladem může být české prostředí a pořady typu Výměna manželek či Prostřeno. Nad míru atraktivní pro diváky je fakt, že mají možnost nahlédnout do soukromí jiných rodin. Lidem se tak nabízí pohled na rodinné vztahy ostatních.

K vysoké oblíbenosti a touze po reality show přispívá i touha po sledování tzv. voyeurismus. Ignatio Romanet se domnívá, že vzdálenou předlouhou reality show, ve které můžeme naleznout voyeurství je Hitchcockův slavný film z roku 1954 Rear Window (Okno do dvora). Fotoreportér (James Steward) je díky zlomené noze znehybněn ve svém bytě. Z nedostatku jiné činnosti pozoruje chování svých sousedů, kteří bydlí naproti.⁴

Interaktivita je dalším významným rysem těchto pořadů. Díky interaktivní podstatě reality show má divák možnost podílet se na ději a ovlivňovat jeho vývoj. Reality show oslovuje široké publikum, proto se účastníkem může stát teoreticky kdokoliv. Možnost rozhodovat o osudech cizích lidí a radost spojená se sledováním soukromí někoho jiného je právě to, co podle odborníků přitahuje diváky. Radost ze sledování jiných lidí v intimních situacích popsal i otec moderní psychologie Sigmund Freud.

³ KLIMEŠ. Klimes mysteria: Jak funguje reality show. *Klimes mysteria* [online]. 21. června 2004 [cit. 2012-02-04]. Dostupné z: <http://klimes.mysteria.cz/clanky/psychologie/jak%20funguje%20reality%20show.htm>

⁴ RAMONET, Ignacio. *Tyranie médií*. 1. vyd. Překlad Michal Pacvoň. Praha: Mladá fronta, 2003, Myšlenky (Mladá fronta), sv. 11. ISBN 80-204-1037-6, s. 64

Ke zvýšení divácké interakce se využívá přímých přenosů. Zejména jde o programové formáty typu Big Brother, Vyvolení či Superstar. Ti mimo připraveného a sestříhaného záznamu využívají již zmíněné interakce, která podporuje dojem realističnosti a autenticity.

Na rozdíl od různých zpravodajských relací, většina reality show zobrazuje skutečné lidi v neobvyklých i každodenních situacích, což dává divákům šanci srovnávat vlastní životy s těmi, které prožívají protagonisté reality show. Profesor marketingu Randall Rose zastává teorii že: *„Lidé míchají neskutečné prvky show s prvky, které jsou spojené s jejich životními zkušenostmi a vytváří tak jistou formu hyperautentičnosti, což znamená, že vlastní příběhy vztahují k soutěžícím.“*⁵

Podle Milana Krumla úspěch sledovanosti spočívá ve vhodném výběru soutěžících. Zastává názor, že diváci musí mít pocit, že tyto typy lidí mohou běžně potkat na ulici. S tvrzením, že lidé dělají reality show se shoduje Andrea Marinová, účastnice jedné z českých reality show. Ve své seminární práci popisuje, že za možným úspěchem nestojí samotní soutěžící, ale právě celý tým režisérů, dramaturgů, produkčních, kameramanů, osvětlovačů, zvukařů a mnoha dalších, kteří mají za úkol vytvořit ono kouzlo, které má přilákat diváky

Psycholog Jan Cimický rozděluje účastníky zejména castingových show podle charakteru a zařazení ve skupině.

„Alfa: Skutečná a nekritizovatelná hvězda, kterou všichni vnímají jako „boha“. Je to autorita naprostá a nesporná.

Beta: také autoritativní typ, ale jde o autoritu získanou-může být i přirozená-učitel, rodič, nebo v uměle vytvořené skupině ten, koho si všichni váží a kdo je respektován jako vůdce skupiny. O toto postavení usiluje většinou více osob, protože role vůdce, náčelníka, vždy přináší určitá privilegia.

⁵ RANDAL. Svět celebrit: Vědci vědí, proč jsou reality show tak populární. *Svět celebrit*[online] 30.1 2008[cit. 2012-02-04]. Dostupné <http://www.svetcelebrit.cz/view.php?cisloclanku=2005102608>

Gama: Ostatní členové skupiny jsou ve svém vzájemném postavení rovnocenní a tudíž každý z členů se snaží „urvat“ pro sebe co nejvíce prestiže a obdivu.

Omega: Vysmíváný a pohrdavý člen skupiny, na němž si ostatní posilují své sebevědomí a dokazují svoji převahu.“⁶

Nedílnou součástí reality show jsou samozřejmě emoce. Pedagogický slovník uvádí, že se jedná o: „*Cit, psychický stav pramenící ze subjektivního prožívání vztahu k něčemu či někomu (např. emoce lásky, nenávisti aj.). Může být v rozporu s racionálním hodnocením téhož vztahu či skutečnosti. Je obvykle doprovázen různými tělesnými projevy.“⁷*

Není tedy divu, že dochází k dramatickým situacím, které jsou vyhocené konfliktem. Jde zejména o kontejnerové reality show typu Big Brother a Vyvolení. Soutěžící v těchto show jsou společně izolováni a v podstatě odkázáni jeden na druhého. Vzhledem k různým rysům osobnosti je pochopitelné, že ne všichni si budou navzájem rozumět a vycházet spolu. Ony právě dramatické situace, konflikty, hysterické scény a uspokojování pudových potřeb jsou přesně tím, co dělá reality show tak oblíbené u diváků.

Jedním z důvodů vysoké sledovanosti reality show je právě záliba ve sledování a ponižování druhých. Diváky televizních pořadů přitahuje vidět ponižení druhých a také je to nutí klást si otázky, jak by se v podobné situaci zachovali oni. Byli by také ochotni se nechat takhle ponižit? Nechali by se vyprovokovat k urážkám, případně fyzickým útokům na druhou osobu? To jsou otázky, jaké si lze při sledování reality show klást

⁶ ŠTROBLOVÁ, Soňa. *Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa: Filmová a televizní dramaturgie a programová skladba*. Vyd. 1. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2009. ISBN 978-80-86723-73-0 (BROŽ.), s. 11

⁷ PRŮCHA, Jan, Eliška WALTEROVÁ a Jiří MAREŠ. *Pedagogický slovník*. 4., aktualiz. vyd. Praha: Portál, 2003. ISBN 80-717-8772-8, s. 57

2. HISTORIE

Zdálo by se, že pole televizních reality show je mladé a dosud neorané, avšak je to velký omyl. V této kapitole se podíváme na pořady s prvky reality show, které se dají považovat za předchůdce tohoto formátu. V první podkapitole se podíváme na světovou historii reality show a v druhé zabrousíme do historie reality show v České Republice.

2.1 Reality show ve světě

Slovníku Mediální komunikace uvádí: „*Kořeny r. TV lze hledat v poválečných tendencích filmového dokumentu (tzv. direct cinema, free cinema) či cinéma vérité 60. let 20 století, či v ještě starších fotografických projektech typu ang. Mass Observation Movement (od roku 1937). Jejich společným rysem je využití technického obrazu ve službách antropologického a sociologického pozorování či experimentu.*“⁸

V poslední době je reality show běžným formátem. Stejně jako například telenovely okopírovaly televize z rádia, stejně tak i první reality show byla převzata z rozhlasového studia. Tehdy třiatdvacetiletý Allen Funt, přišel do rádia ABC, kde vymyslel zcela nový formát s názvem Candid Mikrophone.

V roce 1948 přešel z rádia ABC do začínajícího televizního studia CBS s jednoduchým nápadem. Oslovovat lidi v neobvyklých až trapných situacích za pomoci skrytých kamer. Reakce oslovených účastníků byly natočeny na skrytou kameru a s jejich svolením poté odvysílány v televizi. Tak vznikl televizní pořad s názvem Candid Camera (skrytá kamera). Díky této relaci, se hvězdami stali obyčejní lidé. Formát byl tak úspěšný, že ho kopírovaly televize

⁸ REIFOVÁ, Irena a kolektiv. *Slovník mediální komunikace*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-926-7, s. 207

po celém světě. Příkladem jsou Ptákoviny na televizi Nova nebo Šprt'ouchlata na ČT 1.⁹

Roku 1973 se v USA na PBS poprvé objevil první příklad reality show žánru v podobě dokumentárního seriálu American Family od režiséra Alana Raymonda a Susan Raymondové. Jednalo se o dvanáctidílný cyklus, který zachycoval život jedné neobyčejné americké rodiny po dobu sedmi měsíců. Dokument získal širokou pozornost v dokumentárním tisku. Pozornost přilákaly dramatické situace v rodině, ať už se jednalo o rozvod manželů či přiznání k homosexualitě jednoho z dětí. Po technické stránce byly samostatné kamery nahrazeny přenosnými a mikrofony bezdrátovými mikrofony. Dnes nic neobvyklého, ale v té době to byl značný pokrok kupředu. Není pochyb o tom, že American family byla velkou inspirací pro nově přicházející reality show z 90. let 20. století. Americká rodina je široce uznávaná jako matka všech televizních reality show.

V 70. letech přišla další dávka reality a to v podobě televizního seriálu Real people, který se vysílal od roku 1979 do roku 1984 na NBC. V té době to byl nejoriginálnější a nejzábavnější formát reality show vůbec. V pořadu se objevovali skuteční lidé z celého světa, kteří byli předem natočeni nejčastěji v komediálních situacích.

„Rozvíjet se žánr r. TV začal zejména od konce 80. let 20. Století. Jedním z prvních, dodnes úspěšných programů, bylo tzv. video Vérité COPS (rok 1988) to využívá videozáznamu pořízených při zásazích americké policie. Na podobném principu využití již existujících filmů, které vznikly pro jiné účely, spočívá i řada televizních pořadů, které předvádějí domácí videozáznamy. Za příbuznou formu lze označit rozmanité záznamy- skrytých kamer (sledujících chování a reakce lidí na různé podněty.“¹⁰

⁹ ŠTROBLOVÁ, Soňa. *Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa: Filmová a televizní dramaturgie a programová skladba*. Vyd. 1. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2009. ISBN 978-80-86723-73-0 (BROŽ.), s. 103

¹⁰ REIFOVÁ, Irena a kolektiv. *Slovník mediální komunikace*. Vy. 1. Praha: Portál 2004, ISBN 80-7178-926-7, s. 206

Americkou rodinou se inspirovali tvůrci nové reality show s názvem *The Real World* (Skutečný svět) Mary-Ellis Bunim a Jonathan Murray. Poprvé se objevila na hudební stanici MTV 21. května 1992. Seriál se vysílal každý rok v jiném městě. Vždy bylo vybráno sedm lidí okolo dvaceti let z různých zemí, kteří obývali společný dům a byli přitom natáčeni. Nebyli ovšem izolováni od okolního světa. Mohli normálně chodit do školy či práce. V současnosti se vysílá její 21. série.

2.2 Reality show v České republice

Za první předchůdce reality show u nás se dá označit komponovaná, živě moderovaná, audiovizuální pořad na výstavě EXPO '67 v Montrealu v pavilonu tehdy Československé republiky Kinoautomat s názvem *Člověk a jeho dům*. Pořad byl natočený režiséry Radúzem Činčerou, Jánem Roháčem, Vladimírem Svitáčkem a Pavlem Juráčkem. Diváci zde měli poprvé možnost zasahovat do děje hlasováním.¹¹

Jednalo se o vůbec první interaktivní pořad, kdy diváci mohli zasahovat do průběhu děje. Hlavní postavou byl pan Novák, kterého hrál pan Miroslav Horníček, který také celý pořad moderoval. Po uplynutí několika minut film přerušil a předstoupil na podium před diváky. Na nich pak bylo, pomocí zelených a červených tlačítek, aby rozhodli, jak film bude pokračovat.

Pořad se stal hitem a vzbudil velký zájem nejen u návštěvníků Expa '67, ale i u odborné veřejnosti. V Praze byl Kinoautomat představen v rozmezí jednoho roku 1971-72 v kině Světozor. I zde měl pořad velký úspěch, V roce 1972 byl označen za ideologicky nepřijatelný a zakázán zřejmě proto, že mezi jeho tvůrci byli režimu nepohodlní umělci.

Následníkem pořadu *Člověk v domě* se roku 1984 stal třináctidílný seriál Františka Filipa- *Rozpaky kuchaře Svatopluka*. Seriál o kuchaři Svatoplukovi, kterého ztvárnil Josef Dvořák, zachycuje radosti i starosti

¹¹ ŠTROBLOVÁ, Soňa. *Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa: Filmová a televizní dramaturgie a programová skladba*. Vyd. 1. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2009. ISBN 978-80-86723-73-0 (BROŽ.), s. 105

hlavního hrdiny na pracovišti. Diváci měli opět možnost v určitých fázích pořadu ovlivnit děj.

Za dalšího předchůdce tohoto žánru se dá považovat v polovině 80. let minulého století tak zvaný Experiment v Tišnově. Pro sovětskou kosmickou agenturu Interkosmos zde sovětsí vojáci, pražská katedra psychologie a vojenská nemocnice vybudovali štoly, které byly postaveny za účelem pokusné ražby. Izolovali zde skupinu dobrovolníků, převážně studentů a novinářů. Jednotliví účastníci byli pozorováni a na základě skrytých kamer a vzorků krve a moči byli hodnoceni v těchto izolovaných podmínkách.¹²

V neposlední řadě musíme také zmínit dokument od Heleny Třeštíkové Manželské etudy. Nejedná se sice o klasickou reality show nýbrž o časosběrný dokument, který má ovšem prvky reality show. Cyklus Manželské etudy vysílala Československá televize v roce 1987. Jednotlivé díly mapovaly život šesti mladých manželských dvojic od svatby po dobu šesti let. Na rozdíl od předcházejících typů jejich rozhodování neovlivňovalo hlasování diváků, ale jejich vlastní život.¹³

Mezi další projekty, které splňovaly prvky reality show, byl projekt rozhlasové stanice rádia Kiss 98 v roce 1993. Manželský pár byl izolován po dobu svých líbánek ve výkladní skříni obchodního domu Kotva, pod vidinou finanční odměny. Podobný projekt poté odvysílala rozhlasová stanice Kiss na Zlínsku. Název projektu zněl- Jeden musí z kola ven. Osm mužů a šest žen bylo na dva týdny uzavřeno ve výkladní skříni obchodního domu, kde návštěvníci viděli i slyšeli vše, co se děje ve výloze. Každý den si pak jeden ze soutěžících napsal, s kým už nechce dále hrát.

Můžeme tedy říci, že žánr reality show obsahuje širokou a velmi pestrou škálu pořadů. Jak vidíme z historie, jako předchůdce reality show může považovat různé sitcomy, seriálové dokumenty, talk show aj.

¹² ŠTROBLOVÁ, Soňa. *Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa: Filmová a televizní dramaturgie a programová skladba*. Vyd. 1. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2009. ISBN 978-80-86723-73-0 (BROŽ.), s. 105

¹³ Tamtéž, s. 105

3. TYPY REALITY SHOW

Jednotlivé reality show je možné rozdělit na programové formáty. „Reality show dělit na tzv. kontejnerové (*Big Brother, VyVolení*), castingové (*Super Star, X Factor*), vztahové (*Vem si mě, Milionový pár, Farmář hledá ženu*), dobrodružné (*Survivor, Trosečník*) emoční (*Pošta pro tebe*), hvězdné (*Star Dance, Celebrity Duets*) či makoeverové show (*Vypadáš skvěle, Nahá si krásná*).“¹⁴

V poslední době se do popředí dostává samotný formát gastronomie. Velice populární se tak stávají pořady o jídle s prvky reality show, jako například *Ano šéfe*.

Psycholog Jeroným Klimeš reality show rozděluje do tří typů. První jsou podle něj reality show, které monitorují denní život celebrit či obyčejných lidí. Jako příklad uvádí zveřejňování soukromí Ozzyho Osbourny. Druhým typem jsou pak skryté kamery, zachycující lidi v různých zábavných situacích. Do třetí skupiny spadají tzv. Game show. Ty zachycují soutěžící v průběhu několika dní až týdnů. V těchto show se vítězí na základě popularity a oblíbenosti publika.¹⁵

3.1 Příklady nejznámějších reality show v ČR

Reality show je v současnosti velmi úspěšným a často vyhledávaným formátem. Není tedy divu, že se s ním v posledních letech doslova roztrhl pytel. Nejen komerční televize zařazují do svého programu právě reality show. Díky svému principu, který je založený na zábavě a uvolnění, se stává srozumitelným po celém světě.

V této kapitole se zaměříme na různé typy reality show, jejich náplň a strukturu. Každá reality show je určitým způsobem specifická. Má svá

¹⁴ ŠTROBLOVÁ, Soňa. *Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa: Filmová a televizní dramaturgie a programová skladba*. Vyd. 1. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2009. ISBN 978-80-86723-73-0 (BROŽ.), s. 104

¹⁵ KLIMEŠ. Klimes mysteria: Jak funguje reality show. *Klimes mysteria* [online]. 21. Června 2004 [cit. 2012-02-04]. Dostupné z: <http://klimes.mysteria.cz/clanky/psychologie/jak%20funguje%20reality%20show.htm>

pravidla, složení soutěžících, téma a spoustu dalších specifických aspektů, které se od sebe liší.

3.1.1 Ano, šéfe!

Mezi vysoce oblíbenou gastronomickou reality show patřil i kulinářský pořad Ano šéfe! Svůj původ má ve Velké Británii, kde se vysílal pod názvem Ramsay's Kitchen Nightmares.

Nejedná se ovšem o klasický kulinářský pořad plný receptů, nýbrž zcela nový formát pořadu. Majitel restaurace, která zrovna neprospívá, jak by měla, požádá šéfkuchaře Zdeňka Pohlreicha o pomoc. Ten během pár dní neočekávaně navštíví danou restauraci a objedná si pár jídel na ochutnávku. Po zhlédnutí restaurace a ochutnání jídel, se rozhodne, zda restauraci pomůže, či nikoliv. Zajímavé bývá nahlédnutí do zákulisí samotné kuchyně, často doprovázené Zdeňkovým ne příliš vybraným slovníkem. Zároveň se nám nabízí pohled na vzájemné vztahy kuchařů a majitele. Po dobu jednoho týdne se šéfkuchař snaží zjistit všechny nedostatky, které podle něj mohou za nedostatečnou návštěvu podniku. Zdeněk zároveň předvádí řadu receptů, které by mohly restauraci pomoci opět na nohy. Je jen na samotném majiteli podniku, jestli se radami bude řídit, či nikoliv. Po měsíci se Zdeněk se skrytou kamerou vrátí do restaurace, aby zjistil, zda majitel dal na jeho rady a řídí se jimi. V případě Zdeňkovy spokojenosti získá restaurace nalepovací hvězdu pořadu Ano šéfe, jako důkaz kvalitní restaurace.

Formát Ano, šéfe se v České republice těšil velké divácké popularitě a to především díky hlavnímu protagonistovi, kterým byl Zdeněk Pohlreich. Šéfkuchař pražského Café Imperial nikoho v pořadu nešetřil. Jeho přísná kritika a zejména ne zrovna vybraný slovník spoustu lidí pobuřoval. Zdeňkův vskutku originální přístup a překvapující vyjadřovací schopnosti rozhodně nezůstávaly bez povšimnutí. Zpravidla první část pořadu podléhá kvůli tomu silné cenzuře formou pípání a část druhá, která je vysílána po 22. hodině je bez cenzury. Kromě nadávek lze zastihnout v pořadu také jadrné hlášky. Není ale

pochyby o tom, že by v pořadu chyběly emoce, nebo že by nastala situace, kdy by se divák nudil.

Společně se Zdeňkem jsme mohli nahlédnout do zákulisí samotných restaurací. A že bylo někdy skutečně na co se dívat. Zároveň jsme mohli pozorovat vztahy mezi jednotlivými zaměstnanci restaurace, které se během pořadu vyvíjely. Od roku 2009 se odvysílaly čtyři řady tohoto formátu, který přinesl televizi Prima FTV velkou sledovanost. V průměru každý díl sledovalo 700 000 diváků.

3.1.2 Jste to, co jíte

V pořadu jde především o snahu zhubnout pod vedením odbornice na hubnutí doktorky Kateřiny Cajthamlové a specialistou na výživu Petrem Havlíčkem. Ti pomáhají obézním lidem shodit přebytečná kila pomocí zdravé výživy a sportu. Nejde jen o snahu zhubnout, ale také o vůli a snahu změnit svůj dosavadní životní styl a žít zdravě

Formát tohoto pořadu nabízí jiný pohled na hubnutí. Žádná univerzální dieta ale stravní režim ve spojení s přirozeným pohybem, který je celoživotně udržitelný a výrazně ovlivňuje nejen fyzickou ale i duševní kvalitu života. V úvodu pořadu je představena osoba, která chce zhubnout. Po krátkém medailonku, přichází na řadu doktorka Kateřina. Při osobní návštěvě kontroluje lednici a při nacházení nezdravých potravin si nebere servítky. Po kontrole potravin přichází na řadu sepsaný seznam snědeného jídla během jednoho týdne, který je představený v podobě potravin na stole. Doktorka Kateřina všechny sepsané týdenní položky vyloží na stůl a vybírá z nich jen zdravé potraviny. Petr Havlíček poté představí stůl zdravý. Představí seznam zdravých potravin, které by měl aktér této reality show konzumovat. Během celého pořadu se pak snaží člověka po snaze zhubnout, přivést na správnou cestu zdravého životního stylu. Během natáčení doktorka Kateřina provádí tzv. přepadovky, aby zjistila, jak moc jsou její svěřenci poctiví při dodržování zdravého jídelníčku. Po třech měsících se tým odborníků vrací a předvádí nám své úspěšné mnohdy i neúspěšné výsledky.

Licence na točení tohoto pořadu zakoupila TV Prima od společnosti Celador International Ltd. Od roku 2006 se na televizní obrazovce můžeme setkat již s šestou řadou. Vyhraněný čas pro vysílání této show je každý čtvrtek od 21:20 hod.

3.1.3 Prostřeno

Každý týden máme možnost na televizních obrazovkách sledovat pět milovníků dobrého jídla, kteří se nikdy nepotkali a musí mezi sebou soutěžit o titul nejlepší hostitel. Původní formát převzala TV Prima od britské stanice Channel 4, kde má název Come Dine With Me

Prostřeno je televizní soutěž, kde každý týden soutěží pět osob různého pohlaví a věku. Každý ze soutěžících má za úkol jeden večer pohostit zbylých čtyř soutěžících ve svém domě či bytě. Ti ho na konci večera tajně obodují. Hodnotí nejen kulinářské výkony ale i zábavu a prostředí, ve kterém se nachází. Soutěžící, který získá nejvíce bodů, vyhraje 40 tisíc korun.

Celá show začíná představením kraje, ze kterého celý týden bude štáb vysílat. Zároveň nám jsou představeni soutěžící, kteří se do té doby neznají. Ti sami typují, ke komu večer půjdou na večeři a co za pochoutky mohou očekávat. Zatímco jeden soutěžící vždy za dohledu kamer připravuje u sebe doma večeři, zbylí soutěžící obdrží ruličky s menu a tipují, co se skrývá pod názvy chodů. Po příchodu do domu hostitele přichází na řadu tzv. šmejdění, kdy si soutěžící prochází byt hostitele a hodnotí ho. Po šmejdění následuje předkrm, hlavní chod, zábava a dezert. Jako zábavu si hostitel může určit prakticky cokoliv. Po skončení večere dochází k tajnému bodování hostitele zbylými soutěžícími.

Tomuto oblíbenému pořadu propůjčili svůj hlas manželská dvojice Jana Boušková a Václav Vydra, kteří pořadu Prostřeno dodají potřebný humor a pohodu. Ta totiž zrovna vždy u společného stolu nepanuje. Často dochází ke konfrontacím a hádkám. Ty jsou vyvolané často kritikou ostatních soutěžících na přípravu jídla hostitele. Oblibu diváků si tento pořad získal také díky

reálnému prostředí, ve kterém soutěž probíhá. Diváci tak mají možnost nahlédnout do jiných domácností.

Tento gastronomický pořad vysílá televize Prima Od roku 2010. Pořad je vysílán každý všední den od 18:00 hod.

3.1.4 Výměna manželek

Pořad, který oslovil téměř všechny věkové kategorie. Stal se vůbec prvním pořadem v České republice, který se odehrával ve skutečném prostředí a to přímo v domech či bytech účastníků soutěže. Podle psychologů ohrožuje tato reality show zdravý vývoj dětí, které se tohoto programu účastní.

Autoři pořadu Výměna manželek zdůrazňují především větší autenticitu, kterou mají znázorňovat skuteční lidé ve skutečném prostředí. Tato show se neodehrává v uměle vytvořeném, ale přímo v domácnostech obyčejných lidí. Základní princip této show je následující. Dvě manželky si na deset dní vymění své domácnosti, včetně dětí a manželů. Prvních pět dní se každá řídí tzv. „manuálem domácnosti“, který si manželky navzájem sepsaly. To znamená, že by měly obě respektovat pravidla zaběhlé domácnosti. Po uplynutí této doby ženy dostanou možnost pravidla v této domácnosti dle svých představ pozměnit. Na závěr se obě rodiny sejdou u jednoho stolu za přítomnosti kamery a diskutují o uplynulých deseti dnech.

Také tato reality show původně pochází z produkce britské televizní stanice Channel 4. Tato stanice zároveň vlastní licenci pořadu. Britská verze tohoto pořadu nese název „Wife Swap“. Tento pořad se stal populární po celém světě. V České republice byla první řada „Výměny manželek“ odvysílána v září 2005 a v současné době se chystá na televizní obrazovky již čtvrtá série. Průměrná sledovanost tohoto pořadu byla v první sérii 1,76 milionů diváků,

další řada měla už sledovanost 1,95 milionů diváků a třetí série 1,78 milionů diváků.¹⁶

3.1.5 Hlas Československa

Hlas Česko Slovenska je zcela nový, unikátní projekt, jehož jediným cílem je objevit ten nejlepší hlas. Původní formát s názvem The Voice vytvořil v roce 2010 v Nizozemí John de Mol, známý též jako duchovní otec reality show Big Brother. Od roku 2011 se jeho lokální verze šíří rychlostí blesku.

Formát této show spočívá v tom, že na castinzích sedí porotci otočení zády k uchazeči, který zpívá na podium. Věnují se tak více hlasu než unáhlenému závěru z jeho vizáže. Odtud také pochází samotný název pořadu. Podobně jako v X-Factoru plní porotci spíše úlohu koučů, kteří budou radit a připravovat své svěřence. Nebudou je mít ovšem rozdělené na kategorie dívek, chlapců a skupin, nýbrž každý z porotců si sám vybere zpěváky a zpěvačky dle svého vlastního uvážení. Nastane-li situace, že více porotců bude usilovat o stejného zpěváka, pak on sám se rozhodne, ke kterému z koučů se přidá. Každý z porotců si vybere osm soutěžících, které bude připravovat do další fáze vyřazovacích duelů. Koučové proti sobě nasadí dvojici svých zpěváků, kteří budou zpívat tutéž píseň. Tak to bude probíhat, dokud jim nakonec nezůstanou čtyři svěřenci, kteří postoupí do živých semifinálových večerů, kde bude záležet už jen na divácích.

Televize Nova tento formát vysílá od února roku 2010 každou neděli od osmé hodiny večerní. Jako moderátoři byli zvoleni Leoš Mareš a slovenská zpěvačka Tina. Do poroty zasedl Michal David, Patrik „Rytmus“ Vrbovský, Dara Rolins a Josef Vojtek.

¹⁶ ŠTROBLOVÁ, Soňa. *Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa: Filmová a televizní dramaturgie a programová skladba*. Vyd. 1. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2009. ISBN 978-80-86723-73-0 (BROŽ.) s. 108

3.1.6 Česko hledá Super Star

Poprvé se tato soutěž objevila v roce 2001 pod názvem Pop Idol, když ji uvedla společnost ITV ve Velké Británii. Televize Nova ji začala vysílat roku 2004 pod názvem SuperStar. Tato show doslova pobláznila celý národ.

Na začátku soutěžící absolvovali castingy konané po celé české republice. Předstupovali před odbornou porotu, která je hodnotila a rozhodovala o jejich postupu do dalšího kola. V porotě usedla Gábina Osvaldová, Ondřej Hejma, Ondřej Soukup a Milan Herman. V případě postupu čekalo soutěžící zpívání v divadle. Opět o postupu rozhodovala porota. Po divadle následovali vyřazovací kola, z kterých nakonec vzešla finálová desítká. Na řadu již přicházeli diváci, kteří každý týden vyřadili pomocí sms hlasování jednoho z finalistů. Ti v průběhu večera zazpívali jednu či dvě písně na stejné téma. Porota je opět hodnotila, ale neměla už moc zasahovat do vyřazení. Soutěž moderovala úspěšná dvojice Ladka Něrgešová a Ondřej Brzobohatý.

Jak už to bývá, první řada byla nejméně úspěšná. Sledovalo ji v průměru 2,79 milionu diváků. Postupně sledovanost klesala.

3.1.7 Československo má talent

Tento formát je společnou talentovou show televize Prima TV a slovenské TV JOJ. První řadu formátu, který vychází z původně britské Got Talent, odvysílali na podzim 2010.

V prvních divadelních kolech rozhodovala o postupujících porota, pomocí 3 bzučáků. Každý porotce měl jeden. K postupu z divadelních kol stačily 2 souhlasné hlasy od porotců. V následujícím kole tzv. Velkém třesku, byl počet postupujících z castingu za dramatických okolností zredukován pro semifinálové soutěžní večery. Těch bylo celkem sedm. V každý tento semifinálový večer bojovalo o hlasy diváků 8 soutěžících. Soutěžící s nejvíce SMS hlasy z daného semifinálového kola postupovali rovnou do finále. Druhého postupujícího vybírala porota a to ze soutěžících s 2. a 3. nejvyšším počtem SMS hlasů. V první řadě Československo má talent zasedl v porotě Jan

Kraus, Lucie Bílá a Jaro Slávik. Pro druhou řadu, která se vysílá od září 2011, byl Jan Kraus nahrazen hercem Martinem Dejcarem. Po dobu vysílání obou řad tohoto pořadu měli na starosti moderování Jakub Prachař a Martin „Pyco” Rausch. Odměnou pro vítěze této talentové show byla možnost vystoupit v Las Vegas a finanční výhra 100 000 euro.

Formát této nejuniverzálnější světové talentové show nabízí šanci každému bez ohledu na věk, či typ talentu, ať už jde o zpěv, tance nebo třeba akrobacii. V této show rozhoduje kvalita předvedeného talentu před odbornou porotou a získání sympatií jak poroty, tak diváků. Nakonec jsou to oni sami, kteří sms zprávami hlasují o konečném vítězi. Tato show se poprvé objevila pod názvem Britain 's Got Talent na jaře roku 2007. O jeho oblíbenosti a popularitě svědčí ocenění, který tento formát získal na festivalu Broadcast Awards 2010 a to ocenění za nejlepší zábavný pořad roku.

3.1.8 Farmář hledá ženu

V červenci roku 2010 odvysílala televize Prima pilotní díl k pořadu Farmář hledá ženu. Principem této reality show je nejprve představit divákům v podobě krátkých medailonků celkem deset farmářů, kteří hledají ženu pro celý život na jejich farmě. Ladka Něrgešová v úvodu roznese všem farmářům dopisy, které jim potencionální nápadnice zaslaly. S doručením dopisů ovšem přichází ještě verdikt, kdy jim oznámí, zda pokračují nebo nepokračují v další cestě za štěstím. My máme tedy možnost dále sledovat jen pět farmářů, kteří dostali nejvíce dopisů. Po přečtení dopisů a výběru vhodných kandidátek následují setkání z očí do očí. Vzájemný poznávací rozhovor však trvá maximálně pět minut a poté si farmáři opět musí určit, kterou z žen pozvou na rande. Nakonec finalistkám farmáři rozdali pozvání na své farmy. Po dobu pěti dnů s nimi žijí na farmě. Na konci se farmáři rozhodnou, kterou z dívek by přijali jako lásku svého života. Otázkou však zůstává, jestli z takové reality show může vzejít skutečná láska

Televize Prima již vysílá druhou řadu této reality show. Můžeme jí sledovat každé pondělí od 21:20 na Prima Family.

3.1.9 Star Dance...když hvězdy tančí

Ani Česká televize, co se týče reality show, není pozadu. Formát pod názvem Star Dance aneb když hvězdy tančí uvedla do televizního vysílání roku 2007. Původní formát vychází z britské televizní soutěže stanice BBC Strictly Come Dancing.

Taneční pár tvoří vždy jeden profesionální tanečník, ke kterému je přiřazena známá osobnost z řad moderátorů, herců, politiků či sportovců. Věk ani pohlaví tu nerozhodují. Důležité je zaujmout porotu a diváky, kteří hlasují pomocí mobilních telefonů. Pár, který získává nejméně hlasů, vždy vypadává. Soutěžní tance jsou sestaveny jak ze standardních tanců jakými je Waltz, Quickstep, Tango, Valčík Slow foxtrot, tak i z latinskoamerických, které představují Cha cha, Jive, Rumba, Paso doble, Samba ad. Star Dance aneb když hvězdy tančí má za sebou úspěšné dvě řady. Hlavními moderátory byli Marek Erben a Tereza Kostková. Česká televize tento pořad vysílala každou sobotu od 20.00 večer. Průměrná sledovanost první a druhé řady byla 1,9 milionů diváků.

3.1.10 Vypadáš skvěle

Tento pořad se svým formátem řadí do kategorie make-over show, nebo také life style show. Roku 2005 ho na televizních obrazovkách představila ČT 1.

Lidé, kteří se do pořadu přihlásí a porotci je vyzvou k proměně, divákům nejprve poodhalí své soukromí. Ukážou jim, kde žijí, co mají v šatníku a co dělají ve svém volném čase. Při té příležitosti pomocí telemostu na ně nahlíží a kritizuje tým, který později bude mít na starosti samotnou přeměnu dotyčného. Na řadu poté přichází navštívit studio, ve kterém dojde k proměně. Tým vizážistů, kadeřníků a stylistů vytvoří zcela nové osoby. Poradí jim, jaký účes se k nim hodí, jak zvýrazní své silné partie a naopak jak zakrýt nedostatky. V pořadu nechybí ani hvězdná porota, která celou proměnu sleduje v přímém přenosu z pohodlí apartmánu. Jejím úkolem je veškeré dění

komentovat a na konci pořadu zhodnotit proměnu. Se svými poznámkami do pořadů také vstupují kamarádi a příbuzní proměňované osoby.

3.1.11 Pošta pro tebe

Nečekaná setkání, usmíření po letech, nalezení dávné lásky, splnění tajných přání a snů. To vše před zraky diváků, kteří se stávají svědky opravdových emocí. Původním majitelem formátu je slovenská společnost MAJA Production. Českou verzi mohl divák spatřit od roku 2005, kdy ji představila Česká Televize.

Základem pořadu jsou opravdu velké emoce. Divák napíše do redakce Pošty pro tebe svůj příběh a jméno člověka, se kterým by se chtěl setkat. Lidé se většinou chtějí sejit s člověkem, kterému se chtějí za něco omluvit nebo naopak poděkovat. Důvodem také může být dlouholeté odloučení dvou či více osob. Redakce poté danou osobu vyhledá a předá ji pozvánku do studia. Nikdy však nevyzradí jméno toho, kdo si danou osobu do pořadu pozval. Ve studiu nejprve usedne iniciátor pozvání. Moderátorka Ester Janečková, ho vyzpovídá a my se tak dozvídáme příběh, který nám zcela jasně objasní, proč si danou osobu iniciátor pozval. Po dokončení rozhovoru následuje předtočená reportáž, kdy se pošťák Ondra vydává za pozvanou osobou a předává pozvánku. Poté se vrátíme zpátky do studia, kdy pozvaná osoba vstupuje na scénu. Stále ovšem nevidí, kdo si ho pozval, protože je od něj oddělen posuvnou přepážkou. Moderátorka se v průběhu rozhovoru snaží nenápadně naznačovat, kdo jej pozval. Na plazmové obrazovce vše sleduje iniciátor. Po jeho zveřejnění je zcela na pozvané osobě, zda přepážku odsune či nikoliv. Reakce pozvaného mohou být pozitivní ale i odmítavé. Tato reality show stupňuje prvek napětí nejen zúčastněných, ale i televizních diváků.

Pošta pro tebe se vysílá od 19. května 2005. Za dobu svého vysílání si našla velké množství příznivců a díky svému jednoduchému principu se stala fenoménem. Průměrná sledovanost tohoto pořadu je 830 tisíc diváků.

3.2 Příklady nejznámějších světových reality show

Pořady formátu reality show jsou ve světě mnohem více rozšířeny než u nás. Světové formáty nám nabízí celou škálu různých reality show. V této kapitole si uvedeme pár nejznámějších a nejzajímavějších světových reality show.

3.2.1 The Swan (Labuť)

Světovým hitem v roce 2004 se stala reality show, kde do popředí vstupuje plastická chirurgie. Pravděpodobně nejznámější pořad o přeměně, vysílán na kanálu Fox TV v Americe. Televize vybere účastníky a svěří je do rukou plastických chirurgů, dermatologů, stomatologů, kadeřníků, vizážistů a v neposlední řadě psychologů- ti všichni v relativně krátkém čase vytvoří zcela nové lidi. Samozřejmě vše pod dohledem kamer. S touto reality show, kde je divák fascinovaný přeměnou na vlastní oči, se v posledních letech roztrhl pytel. U nás jsme mohli podobnou lifestylovou reality show zaznamenat pod názvem Mladší o pár let, kterou moderovala Sabina Laurinová v roce 2010.

Za zmínku však stojí poukázat na pořad hudební stanici MTV, který účastníky přímo formuje do vzhledu některé celebrity. Díky této reality show I Want Famous Face (Chci slavnou tvář), vznikli například dva noví Bradové Pittové či kopie Pamelý Anderson.

3.2.2 Survivor (Kdo přežije)

Survivor vznikl v mysli nejvýznamnějšího amerického producenta v žánru reality show Marka Burnetta. Inspirovat se nechal filmem Pán much z roku 1963, kdy posádka dětských námořníků ztroskotá spolu se zraněným kapitánem na pustém ostrově. Vzhledem k nulovému dohledu dospělých se musí sami postarat o své přežití. Na tomto principu je postavena i tato reality show. Parta 16 lidí je vysazena na neznámém a pustém ostrově. K dispozici má jen minimum zásob a mačetu. Mezi sebou soupeří o různé odměny a hlavní výhru v hotovosti. První série byla odvysílána z ostrova Borneo v roce 2000 na

americké televizní stanici CBS. Vzešla do dějin jako nejdřívejší reality show na světě.

3.2.3 Fear Factor (Faktor strachu)

Adrenalinová reality show z USA je úspěšná po celém světě. Vysílá se od roku 2001 a sklídila jak mnoho úspěchu tak i kritiky. Podstatou této reality show je překonání vlastního strachu. V každém díle soutěží šest účastníků, kteří mezi sebou soupeří ve vykonávání extrémních úkolů. Jde především o úkoly zaměřené na překonání strachu z výšek, vody či různé havěti.

Předchůdce tohoto formátu pocházel z Holandska pod názvem Now or Neverland. Mezinárodní produkce Endermol USA, která sídlí právě v Nizozemí a populární americká televize NBC převedla tuto reality show i na americké televizní obrazovky na stanici NBC právě pod názvem Fear Factor.

3.2.4 Hell's Kitchen (Pekelná kuchyně)

Britská kuchařská reality show, kterou moderuje Gordon Ramsay, významný britský šéfkuchař. Na televizní obrazovky se dostala roku 2005 vysílaná televizní sítí FOX.

Ve hře je 12 soutěžících, kteří se snaží získat vlastní restauraci, případně pracovat po boku šéfkuchaře Gordona Ramsayho. Soutěžící jsou rozděleny do dvou týmů. Každý den splňují úkoly, které jim Gordon zadá. Ten z týmů, který ho splní nejlépe a nejrychleji vyhrává. Poražený tým obvykle dostává nějaký trest. Při tzv. večerní směně týmy musí uvařit celé menu pro celou restauraci. Po skončení večera šéfkuchař ohodnotí práci obou týmů a vybere poražený tým. Z daného týmu pak vybere jednoho soutěžícího, který musí odejít. Pořad kombinuje reality show typu Big Brother, protože soutěžící jsou neustále spolu a pod dohledem kamer a Survivoru, kdy je přežití se samotným Gordonem fyzicky i psychicky náročné.

3.2.5 The Amazing Race

Soutěž vznikla v roce 2001 v americké televizi CBS a jejím hlavním

moderátorem je Phil Keoghan. Několikrát za sebou si odnesla cenu EMMY za nejlepší reality show roku. Celý koncept soutěží sází na velmi lákavé téma a spojuje cestování se závodem. Závod zavítá na většinu kontinentů a soutěžící si mohou vychutnat moderní Evropu, ale také mohou zavítat do země třetího světa. Po celý závod jednotlivé týmy doprovází kameramani, kteří musí absolvovat celý závod a zároveň ho natáčet.

Na začátku závodu vyráží 11 týmů z USA, aby závodily kolem světa. Závod trvá zhruba 20 dní. V USA závod začíná a zároveň končí. Celý závod je rozdělen na jednotlivé etapy, přičemž jedna etapa se většinou rovná jedné epizodě. Konec etapy je vyznačen tzv. zastávkou v boxech, na kterou se závodníci musí dostat co nejdříve. Poslední tým je ze závodu vyřazen. Oproti tomu první naopak získá zajímavou cenu. Vítěz má právo jak na cenu, tak i na náskok před ostatními týmy. Další den tedy vyráží z prvního místa dříve než zbytek závodníků. V každé etapě na soutěžící čekají úkoly, které jim pomohu v cestě vpřed či naopak je zdrží. Ve finále se utkají tři nejlepší týmy. Velkou motivací je pro ně výhra, která činí 1 000 000 dolarů.

4. KRITIKA REALITY SHOW

Každá odvysílaná reality show vyvolává různé reakce. Reaguje publikum, ale především média, která by na tomto místě měla zastávat funkci kritiky. S „objektivní“ kritikou se však v těchto reakcích příliš často nesetkáváme.

Reality show jako nejčastěji probírané téma v druhé polovině roku 2005. Právě v tomto roce se u nás začala reality show dostávat do podvědomí. Stala se sledovanou ale i ignorovanou, přijímanou i odmítanou a v neposlední řadě prožívanou a kritizovanou. Kritizovanou zejména z řad psychologů. Podle nichž mají negativní vliv na mládež. Učí je nerespektovat soukromí a intimitu. Sexualitu ukazují jako pudovou záležitost. Mají vliv na jazyk a slovní zásobu.

Mnozí intelektuálové, sociologové nebo umělci se taktéž domnívají, že reality show mají na diváka negativní vliv. Vznikají proto různé petiční akce proti reality show komerčních televizí. Hlavním důvodem je nespokojenost a nesouhlas s vysíláním komerčních televizí, které zahrnují reality show typu Vyvolení, Big Brother nebo Výměna manželek.

Veřejnoprávní televize ve většině případů zaujímá stanovisko objektivní kritiky. Snaží se o nezaujatou analýzu formátu reality show a upozorňuje na jeho nedostatky. Zdůrazňuje pak také etické otázky a vhodnost či nevhodnost odvysílaných scén. Například německá televizní stanice ARD zaujala stanovisko k reality TV již v roce 1993. V „Zásadách proti zlehčování a glorifikaci násilí v televizi ARD“ prohlašuje: *„Každá výzva k voyeuristickým choutkám a primitivní touze po senzaci je nepřijatelná. Lidské utrpení, průběh umírání (např. po nehodách) se v žádném případě nesmí stát ústředním předmětem zdánlivě autentické reportáže. Směšování fikce a skutečnosti a cynické využívání ran osudu nebo katastrofických situací je nepřijatelné. Jenutné dbát veškerých práv osob postižených, tzn. že soukromí nesmí být orušováno, hranice studu a důstojnost člověka nesmí být zraňovány.“*¹⁷

¹⁷ KUNZCIK, Michael. *Základy masové komunikace*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 1995. ISBN 80-718-4134, s. 153

Oproti tomu televize soukromé jsou známy spíše jako tvůrci pořadů reality show. Tento formát ve většině případů podporují, protože je to jeden ze zdrojů jejich financování

4.1 Etika

Již od počátku vzniku nového žánru reality show byla nejsilnějším argumentem kritiků otázka etiky. Tvrdili, že soutěž příliš zasahuje do lidského soukromí a podporuje voyerismus. Dále prý podporuje manipulaci s lidmi. Také upozorňovali na psychické újmy některých jedinců, kteří se soutěže zúčastnili.

Pojem etika je odvozen z řeckého slova éthos, který vyjadřuje zvyk, obyčej a charakter. Samotná etika je pak studiem lidského chování a jednání. Hlavní náplní etiky je morálka. Pojmem morálka zahrnuje vše, o čem člověk přemýšlí a co činí. V souvislosti s médií nejčastěji hovoříme o tzv. mediální etice. Ve slovníku mediální komunikace se dočteme, že: *„Mediální etika je soubor sociálních, respektive profesních norem odrážejících akceptované morální hodnoty, na jejichž základě se definují postupy při práci na mediálních produktech, jež jsou v dané době daném společenském kontextu považovány z přijatelně žádouc.“*¹⁸

V rámci mediální etiky se často hovoří i o etice žurnalistické. Žurnalistická etika je jakýsi soubor psaných i nepsaných norem, které se uplatňují v žurnalistice. V žurnalistické etice se střetává svoboda slova s ochranou soukromí, obecnou mírou vkusu a důstojnosti. S žurnalistickou etikou úzce souvisí reakce tisku na reality show. Na základě mnoha

¹⁸ REIFOVÁ, Irena a kolektiv. *Slovník mediální komunikace*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-926-7, s. 55

uveřejněných článků postupně vznikají otázky po společenském vkusu a po morálních zásadách.

V dnešní době je velice obtížné pracovat s pojmem morálka. Hranice vkusu a zachování lidské důstojnosti se neustále mění. Lidé si nepřejí být omezováni a to zejména v oblasti médií. Ve společnosti se ale stále uplatňují kritéria dobrého a špatného, pravdivého a nepravdivého a krásného a ošklivého. Tyto kritéria však pomalu ustupují do pozadí a přichází kritéria nová. Publikum si žádá originalitu a autentičnost, která je hlavním kritériem pro formát reality show. Divák, by měl uvěřit, že se nejedná o žádnou fikci a show je opravdu skutečná. Ovšem tato nová kritéria často překračují nestálé hranice kontroverznosti.

Není tedy divu, že s formátem reality show se objevují otázky ohledně etiky a morálky a možných negativních účinků na diváky i účastníky těchto pořadů. Je to právě ona výjimečnost reality show, která tkví v tom, že účastníci přebírají role aktéru namísto profesionálních herců. Dochází tak k zesílení interakce mezi diváky a aktéry a právě tento fakt je v oblasti morálky velmi nebezpečný. Diváci se setkávají v reality show s častým opovrhováním lidskosti, nenávisť, škodolibostí a posměchem. Tyto jevy se začínají stávat součástí mediální zábavy i běžnou součástí života diváků.

4.2 Negativní vliv reality show na děti a mládež

Existují doklady o tom, že média mohou ovlivňovat zdraví populace pozitivně i negativně. Co se negativních vlivů týče, lze zmínit např. vliv televizního násilí, před kterým varuje mimo jiné Americká asociace dětských lékařů i Americká psychologická asociace. Odborník na masovou komunikaci Denis McQuail v knize Úvod do teorie masové komunikace píše: „*Dokáží-li média předat příjemcům dojem o prioritách a výběrově usměřňovat pozornost k různým tématům a problémům, dokáží toho i mnohem více.*“¹⁹ V tomto

¹⁹ MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2002. ISBN 80-717-8714-0, s. 393

smyslu je třeba také zacházet v současnosti s velice populárním úkazem na mediální scéně jakým je reality show.

Jedná se především o soutěže typu Big Brother či Vyvolení, které u nás vyvolali jak pozitivní, tak odsuzující ohlasy. Mezi odpůrce především z důvodu morálního, etického a duchovního ohrožení vývoje mladé generace patřili autoři Petice k Reality show, ke které proběhlo i veřejné slyšení v prostorách Senátu PČR. Autoři petice se opírali o vlastní profesní pedagogické zkušenosti, na základě kterých soudili, že reality show jsou svým pojetím ve vážném rozporu s dobrými mravy a mají negativní dopad na výchovu mládeže. Podle žadatele petice Mgr. Novákové působení těchto pořadů zvyšuje agresivitu u dětí a mládeže. Podle jejího názoru televize přestává být spojencem rodičů při výchově mladistvých. Realita přestává být dosud známou realitou a zasahuje ne zcela probádaná místa lidské psychiky. Zároveň nabízí únik, který je hrozbou morálního života dětí a mládeže.

Studie o užívání médií dětmi potvrzují tendenci dětí nacházet v médiích poučení o životě a spojovat je s vlastními zkušenostmi. Důležité je si uvědomit, že právě média nastolují témata a předávají dojem o prioritách. Důležitost tohoto procesu vystihuje známý výrok W. I. Thomase *„pokud lidé definují situace jako reálné, pak tyto situace ve svých důsledcích reálné jsou“*, ovšem *definovat, co je v médiích reálné a co nikoliv je pro dítě mnohdy velmi nesnadné.*²⁰

Také Rada pro rozhlasové a televizní vysílání si nechala od Psychiatrické léčebny Bohnice vypracovat posudek na typické nahrávky z reality show Big Brother a Vyvolení. Posudek byl zaměřen především na alkoholovou problematiku. MuDr. Karel Nešpor dále zmiňuje rizika nadměrného sledování televize u dětí, negativní vliv přímé i nepřímé reklamy alkoholu a tabáku, obezitu, škody na pohybovém systému, potenciální násilí,

²⁰ MCQAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2002. ISBN 80-717-8714-0, s. 393

emoční poruchy, zpomalení vývoje dětí do dvou let věku a analýzu televizních reality show.

Reality show sice nejsou naučnými pořady, avšak s ohledem na dobu vysílání je nepochybné, že slouží zároveň jako zdroj informací pro mládež. Posuzované ukázky z reality show Big Brother a Vyvolení zahrnovaly často nezdrženlivé pití alkoholických nápojů. V jednom případě došlo až k jasné otravě alkoholem. Těžká opilost byla navíc komentována moderátorem zlehčujícím způsobem a téměř obdivně. Negativní vlivy viděla psychiatrická léčebna také v kombinaci většího množství alkoholických nápojů a koupání. V reálném životě by mohlo díky vyšším dávkám alkoholu snadno dojít k utonutí. Riziková je i podle nich kombinace pití alkoholu a kouření, kdy tato kombinace zvyšuje riziko nádorů. Některé ukázky v nich budily dojem, že pití alkoholu se od účastníků vlastně očekává a schvaluje a štáb pro ně připravuje cíleně vhodné podmínky. To je podle nich vzdálené a nebezpečné realitě. Za mimořádně závažnou však byla považovaná skutečnost, že v posuzovaných ukázkách docházelo díky vlivu alkoholu ke slovní agresii, vyhrožování zabití i k fyzickému násilí. Není tedy divu, že posuzované ukázky vyhodnotili ze zdravotního hlediska za rizikové a výslovně nevhodné zejména pro děti a dospívající.

Vliv reality show na mládež řešil i Nejvyšší správní soud. Rada pro rozhlasové a televizní vysílání viděla možné ohrožení v tom, že děti nemají v pořadu zprostředkovanou žádnou možnost úvahy zaměřené na pochopení a chování soutěžících. Dle Rady pro rozhlasové a televizní vysílání si děti osvojují vnější svět především nápodobou. Možné ohrožení dále definuje jako možnou odchylku z normálního, průměrného vývoje jedince v důsledku shlédnutí pořadu v televizním vysílání. Ohrožením mravního vývoje je podle ní vše, co podlamuje schopnost mravního rozhodování a brání vývoji mravního života dosáhnout fáze autonomní mravnosti založené na funkci citlivé svědomí. Pedagogická sekce Etického Fóra ČR se vyjádřila, že název reality show navazuje pocit, že jsou divákovi předkládány obrazy skutečného života. Ve skutečnosti však podávají jen pokřivený obraz skutečnosti. Samotné obrazy

pak vydají za tisíce slov a přitahují svou podbízivou jednoduchostí. Před děti a mládež předkládají vzory, které nejsou svázány žádnými pravidly. Vytváří podmínky pro vznik rizikového chování – agrese, rizikové sexuální chování.

PhDr. J.R., PhD k rámcovému posudku reality show uvedl, že děti mají sklon vnímat televizní hrdiny jako vzory k napodobování. Poukazuje také na to, že děti mají sklon považovat televizní program za skutečnost tehdy, když se jako reality předkládá. Zamlčené cíle a motivy v pozadí, jakými jsou touha po slávě, penězích, exhibici, vytvářejí dojem, že o to ve skutečnosti jde každému. Toto poselství hodnotí PhDr. R jako vražedné.

Naopak podle psychiatra Jana Cimického reality show nemohou ovlivnit děti. *„Pořady tohoto typu jsou v podstatě obdobou akcí, při nichž se lidé nechávají na několik dní zavřít do výkladní skříně. Nemyslím si, že by například pořad Vyvolení zásadně ovlivnil například vývoj u dnešních dětí. Ty přece především vychovává rodina a škola. Vliv to na ně bude mít stejný jako například počítačové hry,“*²¹ řekl Cimický.

Nevidí dopady reality show na společnost tak dramaticky jako mnozí jiní. Podle něj se každý člověk může dobrovolně rozhodnout, zda reality show v televizi bude sledovat či nikoliv.

Jakkoliv je názor odborníků nezastupitelný, přesto odpovědnost za výchovu dětí nesou rodiče a ti by měli mít hlavní slovo při posuzování vhodnosti těchto pořadů.

4.2.1 Rada pro rozhlasové a televizní vysílání ve vztahu k reality show

Bezesporu nejdůležitějším mediálním regulátorem televizního a rozhlasového vysílání v České republice je Rada pro rozhlasové a televizní vysílání. Mezi hlavní priority Rady patří právě ochrana dětí a mladistvých před negativními vlivy televizního vysílání. Posouzení reálného dopadu na vývoj dítěte či mladistvých je zpravidla součástí analýz pořadů, na jejichž základě

²¹ CIMICKÝ, Jan. Reality show děti neovlivní. *IDnes* [online]. 2006 [cit. 2012-01-17]. Dostupné z: http://revue.idnes.cz/lidicky.aspx?r=lidicky&c=A050914_164514_realityshow>If

Rada rozhoduje o případném zahájení správního řízení. V případě porušení právních ustanoveních, může Rada provozovateli udělit pokutu ve výši 20 000-10 000 000 Kč.

„Rada pro rozhlasové a televizní vysílání je oprávněna zasahovat do vysílání reality show pouze na základě zákona č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání a vůči provozovateli může vyvozovat pouze takové právní kroky, které jí tato právní norma umožňuje, a to jsou zejména finanční pokuty. Zákon Radě pro rozhlasové a televizní vysílání ale rozhodně neumožňuje, aby provozovateli zakázala vysílat jakýkoliv pořad či mu uložila přesunutí pořadu do vhodnějšího vysílacího času.“²²

„Rada pro rozhlasové a televizní vysílání všechny pořady reality show v průběhu jejich trvání monitoruje a průběžně vyhodnocuje. Pokud analýza těchto pořadů odhalí, že došlo k ohrožení psychického, fyzického a morálního vývoje dětí a mladistvých, tedy že provozovatel porušil ustanovení § 32 odst. 1 písm. g) zákona č. 231/2001 Sb., zahájí Rada pro rozhlasové a televizní vysílání s provozovatelem správní řízení.“²³

4.3 Negativní dopady mediální popularity na soutěžící

Tato forma zábavy však může mít za následky ovlivnění psychiky jednotlivých soutěžících. Důvodem je nepřetržité monitorování, a to i na místech jako je například sprchový kout či toalety. Soukromí soutěžících se stává veřejným a jejich intimita pouhým předmětem zábavy. Jejich tváře se pravidelně objevují na předních stránkách deníků, na televizních obrazovkách i na internetu. Po dobu, kdy jsou izolováni od okolního světa, si vůbec neuvědomují, do jaké míry se stali nástrojem samotné reality show. Změna ovšem nastane v momentě, kdy opouští izolaci a vrací se zpět do svých

²² Často kladené otázky- Reality show. RRTV: Rada pro rozhlasové a televizní vysílání [online]. 2005 [cit. 2012-01-14]. Dostupné z: <http://www.rrtv.cz/cz/static/vyhledavani/archiv/realityshow.htm>

²³ Často kladené otázky- Reality show. RRTV: Rada pro rozhlasové a televizní vysílání [online]. 2005 [cit. 2012-01-14]. Dostupné z: <http://www.rrtv.cz/cz/static/vyhledavani/archiv/realityshow.htm>

běžných životů. Podle profesora Zimbarda, uznávaného psychologa, mohou mít soutěžící po prožití takovéto zkušenosti problémy s návratem do normálního života.

Návrat do skutečného světa pro ně může být opravdu složitý. Soutěžící pak mají na výběr, jak se s tím poperou. Buď se vzdají své nově nabyté sociální role a vrátí se tak k běžnému životu, nebo si svou novou roli částečně ponechají a zůstanou tím tak v zájmu mediálního dění. V tomto případě se člověk stává závislým na veřejném mínění. Pokud se mu nedostává mediálních nabídek, jeho psychický stav se zhorší. Nejčastějšími projevy je deprese, úzkost a strach z nezájmu veřejnosti.

Řada psychologů se pokouší analyzovat chování účastníků těchto show. „*Sociální podmínky silně ovlivňovat to, jak cítíme, myslíme a jednáme, i když si jejich sotva patrný a všudypřítomný vliv většinou neuvědomujeme.*“²⁴

Racionální a vyrovnaní lidé se za specifických okolností mohou chovat iracionálně, být agresivní či mít jiné projevy změny chování. Zimbardo se zabývá otázkou, zda agresivita a brutalita spíše závisí na psychických predispozicích, nebo zda je způsobena okolnostmi. Tato otázka se stala podnětem pro realizaci tzv. Standfordského vězeňského experimentu.

Standfordský vězeňský experiment, proběhl v roce 1971 ve státě Kalifornie na Standfordské univerzitě. Experiment spočíval v tom, že do uměle vytvořeného vězeňského prostředí bylo uzavřeno 24 studentů, kteří byli rozděleni na dozorce a vězně, kdy jejich chování bylo monitorováno. Zcela záměrně byli vybráni psychicky vyrovnaní, zdraví, mladí muži, kteří neměli žádné sklony k násilí. Dobrovolníci v rolích vězňů museli dodržovat určitá pravidla a role dozorců, si musely udržet respekt a pořádek ve věznici, bez použití násilí. Experiment měl původně trvat dva týdny, ale již šestý den byl

²⁴ ZIMBARDO. Philip G. Psychologie osvobození v době teroru. V Proslovu u příležitosti Ceny Nadace Dagmar a Václava Havlových VIZE 97 [online]. s. 3. Dostupný z <http://www.vize.cz/download/laureat-Philip-G-Zimbardo-cz-proslov.pdf>

ukončen. Nabral směr, který nikdo nepředvídal. Dozorci se uchýlovali k trestání a týrání vězňů, kdy docházelo ke zhroucení vězňů. Zcela šokující bylo, k jaké změně v chování došlo za tak krátkou dobu především ze strany dozorců. Ukázalo se, že i zdravý člověk, je-li vystaven extrémním podmínkám, se může radikálně změnit, a to i ve velmi krátké době.

Díky tomuto experimentu, můžeme dnes lépe chápat náhlý obrat chování člověka, který se ocitne v extrémní situaci, která se nám objevuje na televizních obrazovkách v podobě reality show. Odkrývá se nám odpověď na otázku, proč se ve formátu reality show tak často setkáváme s násilím a proč lidé zavření do tzv. vil reagují nepřiměřeně.

PRAKTICKÁ ČÁST

5. Formulace výzkumného problému

Praktická část je zaměřena na komparaci reality show Big Brother a VyVolení. Pro získání dat bylo zvoleno několik základních parametrů, které byly sledovány a následně porovnávány. Další informace byly získány prostřednictvím dotazníku, který mapuje jak sledovanost obou reality show, tak i povědomí, které Big Brother a VyVolení v divácké veřejnosti zanechali.

Cílem výzkumu je podle zvolených parametrů porovnat reality show VyVolení a Big Brother. Zmapovat sledovanost reality show VyVolení a Big Brother. Zjistit, která z reality show měla u diváků vyšší sledovanost a zda si veřejnost pamatuje základní informace o reality show VyVolení a Big Brother i po sedmi letech od odvysílání těchto pořadů.

5.1 Metodologie výzkumu

V průzkumu bylo použito metody dotazníku. Za tímto účelem byl vytvořen dotazník- Komparace reality show Big Brother a VyVolení, který měl za úkol zjistit oblíbenost těchto dvou pořadů a povědomí o nich.

Pro tvorbu dotazníku jsem využila internetové služby easyresearch.biz umožňující tvorbu online dotazníků. Ty jsem dále šířila prostřednictvím sociální sítě Facebook.

V úvodu je dotazník zaměřen na základní identifikaci respondenta tzn. na otázky týkající se věku a pohlaví. Díky těmto odpovědím, můžeme zařadit respondenta do příslušné sociální skupiny.

Dále se dotazník dělí na dvě základní části. První zjišťuje informace týkající se reality show VyVolení a druhá je zaměřena na reality show Big Brother.

Každá z výše zmíněných částí je dále rozdělena na otázky týkající se sledovanosti obou reality show a na povědomí o nich.

V rámci povědomí o daných reality show bylo zjišťováno:

- Kdo danou reality show moderoval
- Na které televizní stanici byl příslušný pořad vysílán
- Kdo se stal vítězem jednotlivých reality show

Otázky v dotazníku byly tvořeny jako uzavřené, s výběrovou odpovědí. Na některé otázky bylo možné odpovídat pouze formou odpovědi ANO – NE, na jiné formou výběru z daných možností.

5.2 Základní hypotézy

H1: Předpokládám, že reality show VyVolení a Big Brother sledovalo více než 60% respondentů.

H2: Předpokládám, že reality show VyVolení mělo více než 10% vyšší sledovanost než Big Brother.

H3: Předpokládám, že základní informace o obou zkoumaných reality show (jméno hlavního moderátora a vítěze) si bude pamatovat více než 60% z dotazovaných respondentů.

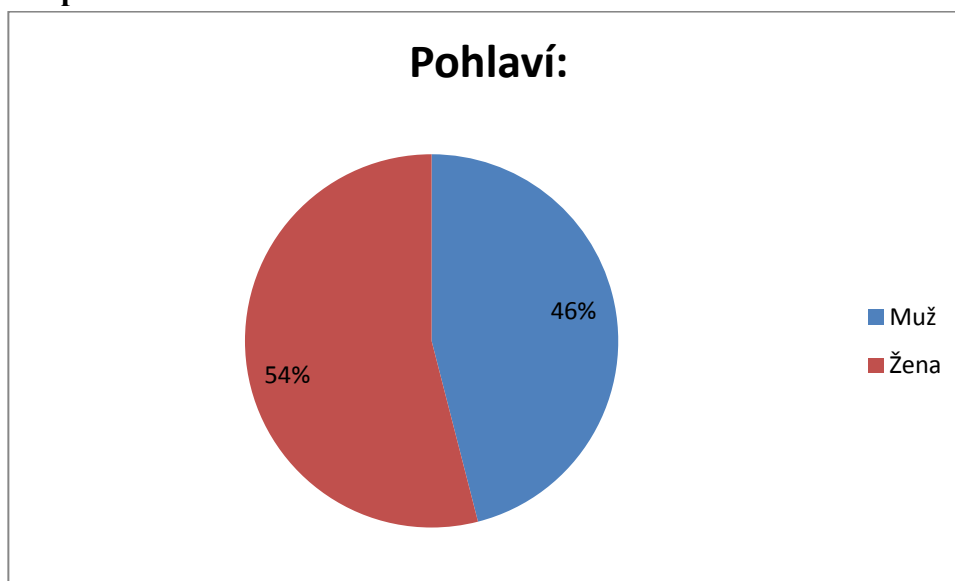
H4: Předpokládám, že při porovnání obou reality show, podle zvolených parametrů, bude reality show VyVolení vykazovat lepší výsledky než Big Brother.

5.3 Charakteristika výzkumného vzorku

Díky využití internetové aplikace easyresearch.biz jsem měla k dispozici reprezentativní vzorek o maximálním počtu 100 respondentů. Této kapacity se mi podařilo plně využít.

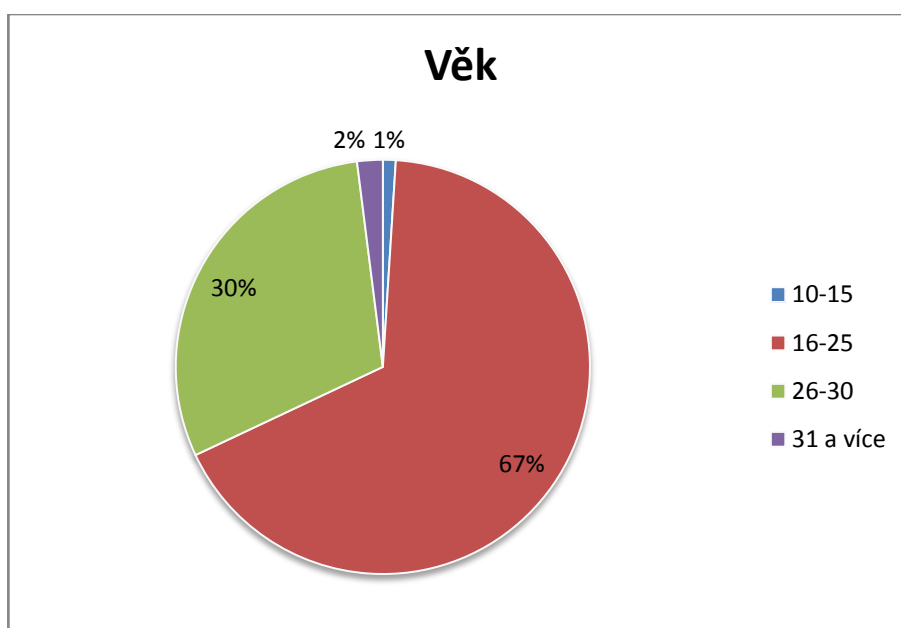
Výzkumný vzorek, který se dostal zpět k vyhodnocení je z 46% tvořen odpověďmi mužů a 54% odpověďmi žen (Graf č. 1). Z toho vyplývá, že se jednalo o poměrně vyváženou skupinu. V 67% se jednalo o věkovou skupinu v rozmezí 16-25 let a v 30% o věkovou skupinu 26-30 let (Graf č. 2). Dotazníkové šetření se dá považovat za spolehlivé, z důvodu anonymity respondentů a jejich odpovědí.

Graf č. 1 Rozdělení respondentů účastnících se průzkumu z hlediska pohlaví



Zdroj: Martina Hrůnková

Graf č. 2 Rozdělení respondentů účastnících se průzkumu z hlediska věku



Zdroj: Martina Hrůnková

5.4 Vlastní výzkum za pomoci dotazníku

Tab. 1: Otázka: „Sledoval/a jsi první řadu reality show VyVolení?“

	Relativní počet (%)	Absolutní počet
ANO	77	77
NE	23	23

Zdroj: Martina Hrůnková

Z odpovědí na otázku zda respondenti sledovali reality show VyVolení vyplývá, že většina tuto reality show sledovala. 21% dotazovaných poté odpovědělo, že se na reality show vůbec nedívali.

Tab. 2: Otázka: „Jak často jsi sledoval/a první řadu reality show VyVolení?“

	Relativní počet (%)	Absolutní počet
Každý den	15	15
3x týdně	29	29
1x týdně	35	35
Nesledoval/a	21	21

Zdroj: Martina Hrůnková

Nejčastěji respondenti sledovali reality show 1x týdně a to ve 35% dotazovaných. Oproti tomu 21% dotazovaných odpovědělo, že reality show VyVolení nesledovali vůbec.

Tab. 3: Otázka: „Vzpomeneš si na jméno hlavního moderátora první řady pořadu VyVolení?“

	Relativní počet (%)	Absolutní počet
Leoš Mareš	4	4
Tereza Pergnerová	77	77
Ladka Něrgešová	2	2
Nevzpomenu	17	17

Zdroj: Martina Hrůnková

Celých 77% respondentů mělo povědomí o moderátorovi reality show VyVolení. Dalších 17% dotazovaných si na moderátora vůbec nevzpomnělo. Zbylých 6% respondentů označilo jako hlavního moderátora zcela někoho jiného.

Tab. 4: Otázka: „Na které televizní stanici se vysílala první řada VyVolených?“

	Relativní počet (%)	Absolutní počet
TV Nova	3	3
TV Prima	91	91
ČT 1	0	0
Nevím	6	6

Zdroj: Martina Hrůnková

O televizním programu, který reality show VyVolení vysílal, mělo povědomí celých 91% respondentů. 6% dotazovaných si na televizní stanici vůbec nevzpomnělo. Jako možnou volbu, že reality show vysílala Česká televize, nikdo nezvolil.

Tab. 5: Otázka: „Posílal/a jsi hlas prostřednictvím sms hlasování svému favoritovi z první řady VyVolených?“

	Relativní počet (%)	Absolutní počet
ANO	8	8
NE	92	92

Zdroj: Martina Hrůnková

Z odpovědi na otázku, zda dotazovaní posílali formou sms hlasování hlasy svému favoritovi, odpověděla drtivá většina v 92% dotazovaných, že nikoliv.

Tab. 6: Otázka: „Vzpomeneš si na jméno vítěze první řady pořadu VyVolení?”

	Relativní počet (%)	Absolutní počet
Tony Jalovec	5	5
Regina Holásková	0	0
Vladko Dobrovodský	81	81
Nevzpomenu	14	14

Zdroj: Martina Hrůnková

Z odpovědi na otázku, zda si respondenti vzpomenou na jméno vítěze reality show VyVolení vyplynulo, že 81% respondentů přesně věděla, kdo vyhrál. 14% dotazovaných si na jméno nevzpomnělo vůbec.

Tab. 7: Otázka: „Sledoval/a jsi reality show Big Brother?”

	Relativní počet (%)	Absolutní počet
ANO	45%	45
NE	55%	55

Zdroj: Martina Hrůnková

Z výzkumu vyplývá, že 55% z dotazovaných reality show Big Brother vůbec nesledovalo.

Tab. 8: Otázka: „Jak často jsi sledoval/a pořad Big Brother?”

	Relativní počet (%)	Absolutní počet
Každý den	2%	2
3x týdně	11%	11
1x týdně	36%	36
Nesledoval/a	51%	51

Zdroj: Martina Hrůnková

Z odpovědi, jak často respondenti sledovali reality show Big Brother více jak polovina odpověděla, že pořad vůbec nesledovala. Z těch co pořad sledovali, nejvíce odpovědělo, že ho nejčastěji sledovali 1x týdně a to v 36% dotazovaných.

Tab. 9: Otázka: „Vzpomeneš si na jméno hlavního moderátora Big Brothera?”

	Relativní počet (%)	Absolutní počet
Leoš Mareš	78	78
Tereza Pergnerová	1	1
Jakub Prachař	2	2
Nevzpomenu	19	19

Zdroj: Martina Hrůnková

Nadpoloviční většina měla povědomí o hlavním moderátorovi reality show Big Brother. Na Leoše Mareše si nevzpomnělo 19% z dotazovaných.

Tab. 10: Otázka: „Na které televizní stanici se Big Brother vysílal?”

	Relativní počet (%)	Absolutní počet
TV Nova	95%	94
TV Prima	2%	3
ČT 1	0%	0
Nevím	3%	3

Zdroj: Martina Hrůnková

Naprostá většina měla povědomí o televizní stanici, která reality show vysílala. Pouhé 3% dotazovaných si na televizní stanici nevzpomnělo vůbec.

Tab. 11: Otázka: „Posílal/a jsi hlas prostřednictvím sms hlasování svému favoritovi z reality show Big Brother?”

	Relativní počet (%)	Absolutní počet
ANO	2	2
NE	98	98

Zdroj: Martina Hrůnková

Z odpovědi na otázku zda respondenti posílali formou sms hlasování hlas svému favoritovi odpovědělo až na 2% dotazovaných že nikoliv.

Tab. 12: Otázka: „Vzpomeneš si na jméno vítěze pořadu Big Brother?”

	Relativní počet (%)	Absolutní počet
David Šín - Shrek	40	40
Filip Trojovský	8	8
Tony Jalovec	6	6
Nevzpomenou	46	46

Zdroj: Martina Hrůnková

Z průzkumu vyplývá, že 46% respondentů si vůbec nevzpomnělo, kdo reality show Big Brother vyhrál. Povědomí o vítězi reality show Big Brother mělo 40% respondentů. Zbylí respondenti udali jako vítěze zcela někoho jiného.

5.5 Vlastní výzkum za pomoci komparace reality show

VyVolení a Big Brother

Druhá polovina roku 2005 nastartovala obrovskou vlnu zájmu o dvě na první pohled stejné reality show. Zároveň tu byla bitva mezi dvěma televizními stanicemi- TV Nova a Prima. Do boje o diváka nasadily obě televize na první pohled zdánlivě úplně shodné zábavné formáty. Big Brothera a VyVolení, na první pohled stejné reality show.

Shodným a základním prvkem těchto dvou pořadů je prostředí, do kterého jsou soutěžící umístěni a které nesmí po určitou dobu opustit. Toto prostředí je řešeno jako obytná vila se zahradou. Místnosti jsou řešeny jako klasické prostory obydlí a soutěžícím tak simulují dočasný domov. Ve všech místnostech ve vile se skrývají kamery, které monitorují denní život soutěžících ve vile. Do tohoto uměle vytvořeného prostředí je umístěno několik soutěžících, kteří zaručují vyšší pravděpodobnost konfliktu. Soutěžící jsou vybíráni na základě castingů, kde jsou nejčastěji vybíráni výrazné typy osobností. Postupně si vytváří své nové sociální role, které jsou omezeny pobytem ve vile. Na začátku jsou soutěžícím jasně stanovena pravidla, podle kterých se musí řídit. Při porušení či nedodržování pravidel dostávají účastníci tresty. Štáb vymýšlí pravidla, úkoly i tresty. Cílem vytváření těchto úkolů, je vytvoření zajímavějších a efektivnějších záběrů pro diváky. Jsou to totiž diváci, kteří rozhodují o tom, který z účastníků reality show musí opustit vilu a jsou to také diváci, kteří rozhodnou o tom, který ze soutěžících si domů odnese pohádkovou výhru.

To jsou shodná fakta, která spojují tyto reality show. Mnohem zajímavější je ovšem sledovat odlišnosti, které dělají tu či onu show specifickou. V této kapitole se blíže podíváme na tyto dva giganty bořící žebříčky sledovanosti.

Vyvolení

Soutěž pod licenci maďarské společnosti IKO, byla poprvé uvedena v Maďarsku pod názvem Való Világ (Skutečný svět). Na obrazovku televize Prima vstoupila nová reality show pod názvem Vyvolení. Zároveň se stala nejúspěšnější reality show té doby.

Principem celé reality show je izolace skupiny lidí, které si prostřednictvím hlasování vybrali sami diváci. Hráči jsou odříznuti od vnějšího světa a jsou pod neustálým dohledem kamer. Musí plnit úkoly, které jim jsou zadány. Cílem hry je vydržet co nejdéle ve vile a získat tak výhru, kvůli které do soutěže přišli.

Televize Prima uvedla VyVolené na televizní obrazovky dne 14. 8 2005. Původně měla být nasazena později, ale kvůli konkurenční reality show na programu Nova ovšem vešla do podvědomí diváků dříve. Krok televize odůvodnil Martin Dvořák, bývalý ředitel Primy slovy, že trvá několik týdnů, než si diváci na nový televizní formát zvyknou. Televize Prima podle něj chtěla, aby byl v září formát pevně usazený v jejich programu.

To se nakonec ukázalo jako dobrá volba. Průměrně sledovalo Vyvolené 1,5 milionu diváků.

Výběr soutěžících

Diváci pomocí sms hlasování měli možnost vybrat si takové vyvolené, které chtěli mít ve vile. Prima vybrala celkem 39 adeptů, kteří byli představováni po trojicích mezi 15. a 17. srpnem 2005. O každé trojici diváci denně hlasovali a vítěz s největším počtem hlasů z dané trojice tak získal vstupenku do vily. 20.8 2005 vstoupilo prvních šest vítězů volby do vily najednou. Další pak vstupovali hned po volbě. Diváci vybrali celkem 13 soutěžících. Ti byli doplněni ještě o dva hráče. Prvního si vybrali sami vyvolení a o druhém rozhodli klasicky diváci. Celkem tedy bylo 15 vyvolených, kteří soutěžili o výhru.

Tím, že Prima nabídla divákům možnost, aby si sami zvolili, koho chtějí ve vile vidět, se později ukázalo jako obrovská výhoda. Diváci si hned oblíbili skupinku různorodých, zajímavých, zábavných vesměs inteligentních, ale hlavně navzájem typově odlišných soutěžících. Žádní svalovci, žádné modelky- zkrátka normální lidé, podobných typů jaké diváci znají ze svého okolí. A právě samotný výběr soutěžících stojí za vysokou sledovaností tohoto pořadu.

Základní pravidla

Nejpřísnějším zákazem bylo navazování spojení s týmem nebo s kýmkoliv z vnějšího světa. K tomu se vázal přísný zákaz přinášení si s sebou do vily vlastní elektroniky. Dále si nesmělo do vily vzít knihy či hračky. VyVolení měli přísně zakázáno odstranit, zakrývat, či jinak poničit televizní monitor a kamery nacházející se ve vile, či v prostorách zahrady. Stejně tak bylo zakázáno v obývacím pokoji dotýkání se televizní obrazovky. V ložnicích a vnitřních částí vily platil přísný zákaz kouření a zapalování svíčky. K tomu byla určena zahrada. Bílá trička, stejně jako proužkové či kostičkované části oděvů byly nepřípustné kvůli snímání kamer. Do sprch se nesměl nosit mikrofon. Před sprchováním ho museli soutěžící pověsit na věšák vedle dveří. VyVolení nesměli úmyslně ničit, poškozovat či znečišťovat nábytek a ostatní vybavení vily. Naopak mezi jejich povinnosti patřilo každodenní starání se o čištění bazénu a starání se o veškeré rostliny. Před vstupem do vířivky se museli řádně osprchovat. V neposlední řadě byli soutěžící povinni odnášet každý den odpadky do zásobovací činnosti. Při porušení pravidel hrozil soutěžícím úkol nebo skupinový trest. Kuřákům poté omezení dodávky cigaret.

Moderátoři

Hlavní moderátorkou se stala Tereza Pergnerová. Mohli jsme tak vidět comeback nejslavnější moderátorky bývalého televizního pořadu Eso. Tereza se opravdu vžila do své role a prožívala všechny emoce společně s vyvolenými. Získala si obrovský zájem diváků, díky němuž moderovala ještě druhou a třetí řadu. Na starosti měla moderovat volbu, duely, výzvy, zúčtování

a finále. Po právu si získala přezdívku „Maminka vyvolených“. Moderátory noční show byli Libor Bouček a Iva Kubelková. Denní rekapitulace z vily VyVolených měl na starosti Vlastimil Korec.

Komunikace štábu se soutěžícími

U Vyvolených probíhalo zadávání úkolů formou dopisů. Během důležitých momentů, kterými bylo například zúčtování, duely atd. se soutěžícími komunikovala moderátorka- Tereza Pergnerová. Ve zповědní místnosti se vždy Vyvolení svěřovali Báře.

Barbora Kosová měla na starosti castingy. Prováděla výběr soutěžících pro divácké hlasování. O své svěřence se nadále pečlivě starala. Když měli problém a potřebovali si postěžovat, byla tu pro ně ve zповědní místnosti. Byla to právě ona, která byla hlavním spojovacím článkem mezi vilou a venkovním světem.

Prostředí

Vila byla vybudována v pražských Vysočanech na Harfě. Plocha celého objektu včetně vily, zahrady a technického zázemí činila 750 metrů čtverečních. Obytná plocha byla vyměřena na 150 metrů čtverečních a zahrada na 200 metrů čtverečních. Celkové finanční náklady na stavbu vily se vyšplhaly přibližně na částku deset milionu korun. Součástí vily jsou samozřejmě zabudované kamery v oknech, kterých bylo celkem 25 stejně jako mikrofonů. Vila se skládá z obývacího pokoje, který je spojen s kuchyní a jídelnou. Dále se ve vile nachází jedna ložnice a koupelny s toaletou. Součástí venkovního vybavení vily je vířivka, bazén, sauna, sklad, prádelna a kontaktní místnost nazvaná Zповědnice. Zevnějšek vily je laděn do oranžové a žluté barvy podle barev loga.

Výhra

Vítěz reality show VyVolení obdržel doposud nejhodnotnější cenu, kterou bylo možné v televizi získat. Celková hodnota výhry byla 11 milionů korun po zdanění.

Výhru tvořil luxusní byt s terasou a garáží na pražské Harfě v hodnotě 5 milionů korun od společnosti Finep. Dále se výherce mohl těšit na automobil RAV 4×4 v ceně 1 milion korun, který dodala společnost Toyota. Nechyběla ani elektronika v hodnotě půl milionu korun dle vlastního výběru od společnosti Panasonic Czech Republic. Čtyři luxusní dovolené v celkové hodnotě 600 tisíc korun zajistila cestovní kancelář Sunny Days, oblečení v ceně 300 tisíc korun si výherce VyVolených mohl vybrat v obchodech Diesel. Vítěz dále získal roční plat v celkové výši 3,6 milionu korun.

Vítězem, první řady reality show Vyvolení, se stal sedmadvacetiletý Vladko Dobrovodský, povoláním kuchař.

Komplikace

Pro soutěžící i celý štáb VyVolených, bylo největší komplikací stěhování z Vily. Dne 20. 11. 2005, v pět hodin ráno byla Vila VyVolených obsazena asi čtyřiceti ozbrojenými bodyguardy se psy a násilně převzata do jejich rukou. Majitel pozemku, kde vila stála, si nadále nepřál, aby se vyvolení nadále zdržovali. Jako důvod uvedl, že Prima neplatí na pozemku nájemné. Poslední čtyři soutěžící tedy museli opustit vilu ve Vysočanech a přesunout se k našim sousedům do vily na Slovensku.

Big Brother

Televizní formát Big Brother v roce 1996-1996 vytvořil spolu se svým týmem holandský producent John de Mol. Vytvořil tak vzor všech reality show. Poprvé se na obrazovkách objevil 13. září 1999 na holandské stanici Veronica. Od té doby tato reality show oslavila úspěch po celém světě.

Název je odvozen z utopického románu George Orwella „1984“, který symbolizuje všudypřítomný dohled státní moc nad životem jednotlivce. Program pořadu je založený na podobném principu. Na základě castingu je vybráno 12 soutěžících, kteří jsou dobrovolně izolováni v domě velkého bratra. Zároveň jsou pod neustálým dohledem kamer a mikroportů. Velký Bratr je zde hlas, který zadává soutěžícím úkoly a pokyny. O výherci rozhodují diváci, kteří hlasují, kdo dům z vybraných kandidátů opustí.

Od svého uvedení prošla reality show vývojem a neustálým vylepšováním. Tato reality show získala ocenění „Mezinárodní formát roku“ na televizním festivalu v Monte Carlu v roce 2003.

V české republice proběhla zatím první řada této reality show. Tu odvysílala televize Nova 28.8 2005. Průměrná sledovanost byla 1,15 milionů diváků.

Výběr soutěžících

Na rozdíl od Vyvolených diváci Big Brother neměli možnost zasahovat do výběru soutěžících. Tvůrci si vybírali soutěžící na základě castingů, které se uskutečnily v Brně a v Praze. Castingu se zúčastnilo téměř 6 000 lidí starších 18 let. Tvůrci si pochvalovali pestrou společnost, která se jim na castinzích sešla. Nechyběli zástupci všech věkových skupin, nejrůznější profese, lidé různých zájmů i náboženství a sexuální orientace. Zájemci byli podrobeni skupinové diskuzi a rozhovoru s porotou, kde měli možnost předvést svou volnou disciplínu. Porota vybrala 40 semifinalistů, které čekal závěrečný pohovor před porotou. Nechyběly zde poradkyně a specialistky na castingy z licenční společnosti Endemol. Díky velkému množství zajímavých osobností se tvůrci nakonec rozhodli zvýšit počet soutěžících na celkových dvanáct soutěžících, kteří byli připraveni na 100 dní opustit své rodiny, přátele a svůj všední život. Tehdy ředitel TV Nova Petr Dvořák se ke změně počtu soutěžících vyjádřil, že ze čtyřiceti soutěžících, kteří se dostali do nejužšího výběru, původně plánovali nasadit do vily deset. Ale když viděli tu plejádu

zajímavých typů, bylo jim líto je nevyužít. Proto se nakonec rozhodli udělat změnu a do vily poslali o dva soutěžící víc.

Podle Petra Dvořáka zajímavé typy osobností pro obyčejné diváky naprostá katastrofa. V tomto ohledu TV Nova udělala obrovskou chybu. Sázela na sexuální návnadu, která ovšem nevyšla. Podle mnohých TV Nova vybrala lidi toužící po sexu s nulovou inteligencí, kteří pro výhru udělají cokoli. Skupinový sex ve vířivce, ložnici ani v bazénu nepřilákal diváky tak, jak produkce asi očekávala. Navíc vulgární slovník, který soutěžící používali snad nepřetržitě, velké sledovanosti také moc nepřidal na úspěchu. Zkrátka nemachrování svalovci ani dívky působící lehkým dojmem nedokázali zvednout zájem diváků o tuto reality show.

Základní pravidla

Základním pravidlem byla podmínka, že se soutěžící navzájem před vstupem do domu nesmí znát. Mezi další pravidla patřilo, že soutěžící po dobu strávenou v domě Velkého Bratra nesmí navazovat absolutně žádný kontakt s okolním světem. Nemohli sledovat televizi ani číst tisk. Po celou dobu byli neustále monitorováni a pod dohledem kamer, které byli všude včetně sprchy i toalety. V případě tmy štáb použil připravené infračervené kamery. Pokud kdokoliv ze soutěžících chtěl opustit dům Velkého Bratra měl možnost dobrovolně odejít. Své rozhodnutí ovšem ale nemohl vzít už zpátky. V případě že by taková situace nastala, byl připravený náhradník, který zaujme místo soutěžícího, který dům opustil. Za splnění zadaných denních a týdenních úkolů získávali soutěžící určité výhody. V případě potřeby vypovídání se ze svých pocitů a emocí, měli k dispozici připravenou zповědnice, která sloužila nejen pro tyto účely ale také pro sdělování nominací na vyřazení ze soutěže.

Nominace na vyřazení probíhaly vždy na konci lichého týdne, kdy soutěžící musel ve zповědnici bez přítomnosti ostatních jmenovat dva své spolubydlící, které navrhoval na vyřazení ze hry. Dva s největším počtem nominací byli poté navrženi na vyřazení ze hry. Nastala-li shoda počtu nominací, mohlo být nominováno na vyřazení i více soutěžících. Soutěžícím byla oznámena jména těch, o jejichž setrvání v domě měli rozhodovat diváci.

Nominovaní hráči měli pak týden na přesvědčení diváků, že právě oni by měli zůstat ve hře.

V každý sudý týden hlasovali diváci o tom, kdo z nominovaných soutěžících musel opustit hru. Hlasování probíhalo prostřednictvím SMS a telefonických hovorů. Na konci týdne se v přímém přenosu oznámilo jméno j toho hráče, který musel opustit dům. O vítězi rozhodli svými hlasy opět televizní diváci, prostřednictvím SMS a telefonických hovorů.

Moderátoři

Leoš Mareš, hlavní moderátor reality show Big Brother. O jeho působení bylo jasno hned od začátku. Pro své pohotové reakce byl jasnou volbou. V tu dobu působil v rádiu Evropa 2, kde uváděl ranní show. Zároveň byl známý i jako zpěvák. Otázkou však zůstávalo, kdo bude moderovat po jeho boku. Televize Nova nejprve přemýšlela, že by oslovila například Gábinu Partyšovou či Jitku Kocurovou. Nakonec se ale rozhodla pro dvě krásky Lejlu Abbasovou, exotickou krásku známou také díky spolupráci s Danem Nekonečný a Evu Aichmajerovou, která v mediální sféře byla známá díky nafoceným erotickým fotografiím. Obě krásky moderovali necenzurované sestřihy z domu Velkého Bratra po jedenácté hodině večerní.

Komunikace štábu se soutěžícími

Všechnu veškerou komunikaci se soutěžícími obstarával „Velký Bratr“. Anonymní hlas, který zněl z reproduktorů po celém domě. Komunikoval se soutěžícími a zadával jim úkoly.

Hlas Velkému Bratru propůjčil Milan Slepíčka. Působil v malé hlasatelně, která proskleným oknem sousedila s režii této reality show. Z ní sledoval na obrazovce co se v domě dělo a zadával pokyny soutěžícím. Díky složitému propojení se jednoduchým přepínáním podíval tam, kam právě chtěl nebo potřeboval. Sluchátka na uších mu umožnila slyšet jednotlivé soutěžící po celém domě. Soutěžící v domě však nesledoval sám. Vedle něj hráče sledovali

ještě editoři, kteří se střídali po dvou hodinách. Zaznamenávali vše důležité a dále to předávali dramaturgům, kteří to řešili opět přes Milana Slepíčku.

Celé tři měsíce Milan Slepíčka komunikoval se soutěžícími, ukládal jim úkoly, rozhodoval o tom, co budou jíst, pít, kouřit a o všem co se v soutěži stalo. Zároveň jim byl psychologem a přítelem. Na druhé straně ovšem uměl být i přísný a nekompromisní.

Prostředí

Dům Velkého bratra byl postaven za neuvěřitelné dva měsíce v areálu pražského Barrandova. Hodnota domu se vyšplhala na několik mnoha desítek milionů korun. Rozkládá se na ploše o 1700 metrech čtverečních. Obytné prostory pro soutěžící se pohybují v rozmezí 150-200 metrů čtverečních. Dům je vybaven 40 kamerami, 60 mikrofony a 71 polopropustných oken. Bylo spotřebováno na 12 km televizních a 25 km elektrických kabelů. Obytný prostor pro soutěžící se skládá z obývacího pokoje, dvou ložnic po šesti lidech, kuchyně s jídelnou, sprchou a toaletou, zповědní místností, tzv. šmajchlkabinetem ve tvaru oka a studiem, odkud jsou soutěžící vpouštěni do domu. Součástí domu je samozřejmě zahrada s posezením a vířivkou. Převažujícími barvami jsou zde žlutá a zelená. Ve stejném objektu je poprvé ve světové historii Big Brothera umístěno veškeré zázemí štábu. Jedná se především o hlavní studio, režie, střižny, archiv, maskérny, kostymérnu, servisní místnosti, místnosti dramaturgů, kuchyně pro štáb apod.

Na rozdíl od televize Prima, kdy výhru ve výši 11 milion korun rozdělila na peníze v hotovosti (3,6 milionu korun) a hmotné ceny, televize Nova nabídla jako hlavní výhru sumu v hotovosti. Vítěz si z domu mohl tedy odnést 10 milionů korun. Částka se samozřejmě ale musela danit 20%.

Výhercem se stal čtyřadvacetiletý dělník ze Zábřeha David Šín zvaný Šrek.

Komplikace

Jako největší komplikací se pro realizační tým Big Brother stalo divácké hlasování. Diváci hlasovali každý sudý týden o tom, kdo dům Velkého Bratra opustí. Zprvu zasílali tzv. negativní hlasy, což se brzy ukázalo jako velice problematické. Část diváků, ovlivněná jinými pořady, posílala hlasy ve snaze soutěžící ve vile Big Brothera udržet. TV Nova sama potvrdila, že záporné hlasování je problematické a 14. září způsob hlasování změnila na pozitivní. Společnost Endemol, která vlastní licence tuto změnu povolila s přihlédnutím na zdejší zvyklosti. Největším skandálem ohledně hlasování se stal případ Filipa Trojovského. Po jeho vyřazení se zvedla vlna nespokojenosti. Diváci si stěžovali, že nový způsob hlasování nepřijali a většina z nich posílala Filipu hlasy ve snaze jej zachránit. Olej do ohně přilila TV Nova ještě tím, že na rozdíl od VyVolených výsledky hlasování vůbec nezveřejňovala.

5.5.1 Výsledky Komparace reality show VyVolení a Big Brother

Na základě shromáždění informací o jednotlivých reality show, jsem mohla posoudit, proč by daný formát mohl být sledovanější u diváků. Srovnáním jednotlivých charakteristických rysů dané reality show jsem zjistila možné důvody ovlivnění sledovanosti daného pořadu. Srovnala jsem samotné formáty reality show, výběr soutěžících, základní pravidla, moderátory, komunikaci štábu se soutěžícími, výhru i komplikace, které se v dané reality show vyskytly.

Formát

Výzkumem jsem došla k poznání, že reality show VyVolení je v podstatě obdobou reality show Big Brother. V roce 2002, již zaběhlý a velmi sledovaný formát reality show Big Brother, téměř okopírovala maďarská společnost IKO. Do České republiky se tento formát pod názvem VyVolení dostal v roce 2005. Na televizních obrazovkách jsme ho mohli vidět koncem srpna. Jeho vysílání začalo o 14 dní dříve než formát konkurenční televize - Big Brother. Tento krok se ukázal jako výhodný. Televize Prima, se tím dříve dostala do povědomí diváků a tím si je i získala na svou stranu.

Výběr soutěžících

Dalším úžasným krokem televize Prima byla možnost vlastního výběru soutěžících, která divákům umožnila zvolit si právě takové soutěžící, které chtěli ve vile vidět. Jednalo se o mnohem příjemnější variantu, než s jakou přišla konkurenční televize Nova a její Big Brother. Ten pořádal konkurzy na soutěžící, které ukázal až v úvodním večeru, kdy se měli nastěhovat do domu Velkého Bratra. Diváci tím v podstatě kupovali zajíce v pytli. V průběhu show se ukázalo, že štáb vybral vesměs podobné typy, které měli zvednout sledovanost. Ovšem diváci spíše přilnuli k obyčejným lidem z reality show VyVolených než k modelkám, svalovcům, porno-hercům a agresorům z domu Velkého Bratra.

Základní pravidla

Obyvatelé vily VyVolených i domu Velkého Bratra měli v podstatě shodné pravidla. Za jejich porušení v obou případech plnili soutěžící tresty, které jim byly uděleny.

Moderátoři

Jedním z možných důvodů větší sledovanosti VyVolených, je právě volba moderátora. Slavný comeback Terezy Pergnerové vzbudil velký zájem. Po pár odvysílaných dílech se ukázala jako schopná vysoké empatie. Dávala najevo dojetí a soucítění se soutěžícími. V případě hlavního moderátora TV Nova, jako už mnohokrát předtím, vsadila na osvědčenou tvář. Inteligenci i humor Leoše Mareše respektují, ale nejsem si jista, zda jeho slovní exhibice jsou právě to, co divák od tohoto pořadu očekává. Oproti tomu Libor Bouček, který moderoval noční show Vyvolení, se jevil pro diváky sympatickým dojmem kluka odvedle, nikoliv kluka z plakátu, jak může působit Leoš Mareš.

Komunikace štábu se soutěžícími

Větší oblibu si také mohl získat lidský přístup k soutěžícím ve vile VyVolených. Ti komunikovali v důležitých momentech se samotnou moderátorkou. V případě potřeby svěřování, se svěřovali ve zповědní místnosti

Báře, člověku z masa a kostí. Oproti tomu Big Brother veškerou komunikaci se soutěžícími vedl prostřednictvím anonymního hlasu Velkého Bratra, který zněl po celém domě.

Prostředí

Ať vila VyVolených či dům Velkého Bratra byl poměrně dosti luxusně vybavené. Důležitou roli zde sehrály ale barvy. Zatímco dům Velkého Bratra byl pod záštitou převážně barvy modré, která na člověka může působit chladně, vila VyVolených oplývala barvou červenou, žlutou a oranžovou. Zkrátka optimistickými barvami, které prostředí dělali více přirozeným.

Výhra

Základním rozdílem výhry byla částka. Zatímco výherce reality show Big Brother mohl získat 10 000 000 Kč, které ovšem ještě musel zdanit, výherce reality show VyVolení měl výhru v podobě 11 000 000 Kč již zdaněnou. Nedostal ovšem šek na příslušnou částku, nýbrž sponzorské dary ve výši 7 400 000 Kč (dovolená, auto, byt, elektronika, oblečení) a roční plat v hodnotě 3 600 000 Kč.

Komplikace

Každá z reality show si prošla za dobu svého vysílání nějakými komplikacemi. V případě Big Brothera to byly změny pravidel ohledně hlasování. Diváci byli naučeni z předchozích pořadů dávat hlasy svým favoritům, v reality show Big Brother to ale mělo být obráceně. Když ale televize Nova viděla, že diváci hlasování zcela nepochopili, rozhodla se změnit pravidla. To ale vzbudilo ještě větší dávku kritiky. V reality show VyVolení zmiňovaná komplikace spíše přivedla pozitivní ohlasy. Kvůli nezaplacení nájemného vlastníkovu pozemku, na kterém vila stála, se soutěžící museli přesunout do vily na Slovensko, kde také probíhala slovenská verze tohoto pořadu. Smíšení českých a slovenských soutěžících ale vzbudilo větší zájem. I když se do slovenské vily stěhovali pouze zbylí čtyři soutěžící, diváci mohli vidět nové tváře a nové vztahy v podobě slovenských hráčů.

5.6 Shrnutí výsledků

- H1: ve které se předpokládalo, že reality show VyVoelní a Big Brother sledovalo více jak 60% respondentů, se u reality show VyVolení potvrdila avšak u reality show Big Brother nikoliv. Pořad Big Brother sledovalo 45% dotazovaných.
- H2: ve které se uvádělo, že reality show VyVolení měla vyšší sledovanost než reality show Big Brother se potvrdila. Reality show VyVolení sledovalo 77% dotazovaných, Big Brothera pouze 45% z dotazovaných respondentů.
- H3: ve které se uvádělo, že základní informace o obou zkoumaných reality show si bude pamatovat více než 60%, se potvrdila. V případě reality show VyVolení mělo povědomí o moderátorovi 77%, o vítězi 81% a o televizní stanici, která pořad vysílala 91% respondentů. V případě reality show Big Brother tomu bylo obdobně. Povědomí o moderátorovi mělo 78% a o televizní stanici, která pořad vysílala 95% respondentů. Hypotéza se nepotvrdila pouze u povědomí o vítězi reality show Big Brother, kdy správně zodpovědělo nikoliv 60% ale pouze 40% dotazovaných.
- H4: ve které se předpokládalo, že při porovnání dvou reality show, podle zvolených parametrů bude reality show VyVolení vykazovat lepší výsledky než konkurenční reality show Big Brother se potvrdila. Možným důvodem mohl být výběr soutěžících do vily, kdy televize Prima nechala diváky rozhodnout na rozdíl od televize Nova, kdy soutěžící vybral štáb. Dalším možným důvodem je volba moderátorů, kdy Tereza Pergnerová ukázala, že je stále moderátorskou jedničkou, ale zároveň empatickou osobou, která cítí se soutěžícími a prožívá s nimi jejich radosti i starosti. Za faktor, který také mohl ovlivnit vyšší sledovanost VyVolených, můžeme považovat dřívější start této reality show. Televize Prima na televizní obrazovky nasadila dříve než konkurenční televize Nova. Diváci tak měli možnost se dříve seznámit s vybranými soutěžícími a oblíbit si je a začít sledovat jejich život ve vile.

ZÁVĚR

Světová obliba reality show poukazuje na fakt, že lidé nejen rádi šmírují druhé klíčovou dírkou, ale že hodně lidí také baví sledovat hysterické scény, hádky a samozřejmě sex v přímém přenosu. Reality show VyVolení a Big Brother sklidila nesmírnou vlnu kritiky zejména z řady psychologů. Ti se domnívají, že pořady typu VyVolení a Big Brother jsou zcela nepřipustné pro děti a mládež. Důvodem je vulgarita soutěživých, časté erotické scény a také ztotožnění se s hrdiny, kteří se stávají pro mládež obdivovanými vzory.

Cílem práce bylo srovnání dvou obřích gigantů, které rozjeli zájem o formát reality show v České republice na konci roku 2005. Jednalo se o reality show VyVolení a Big Brother. Práce měla vyhodnotit, která z televizních reality show byla u diváků sledovanější a jaké mohly být aspekty, které k tomu diváky vedly. Ke sledovanosti té či oné reality show, přispíval fakt povědomosti o dané reality show i s časovým odstupem.

K zjištění výsledků bylo použito dotazníkové metody. Ta jasně prokázala, že větší sledovanost měla reality show VyVolení. Možnými důvody proč tomu tak bylo, se stal vhodnější výběr soutěživých, kteří působili věrohodněji a s kterými se diváci dokázali lépe ztotožnit než se soutěžícími z reality show Big Brother. Dalším důvodem byla volba moderátorů, dřívější odstartování vysílání, či od první chvíle jasně stanovená srozumitelná pravidla pro diváka. To vše ve prospěch reality show VyVolení.

Ačkoliv je formát reality show v podání Big Brothera a VyVolených často kritizován, jeho sledovanost se dá považovat za úspěšnou. Diváci i přes kritiku, tento pořad vyhledávají a sledují. Není se čemu divit, vždyť rozmanitost a různorodost těchto pořadů je zcela patrná a tak má každý z diváků možnost si zvolit ke kterému pořadu přilne.

Práce může pomoci čtenářům, z rozborů jednotlivých reality show, posoudit, zda je v daných formátech zachována svoboda jednotlivce.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

DOBROVODSKÝ, Vladko. *Deník - VyVolení: tak to byl fičák!*. 1. vyd. Havlíčkův Brod: Fragment, 2005. ISBN 80-253-0034-X.

JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Média a společnost*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2003, 207 s. ISBN 80-717-8697-7.

JOST, François. *Realita - fikce: říše klamu*. 1. vyd. V Praze: Akademie múzických umění, 2006, 107 s. ISBN 80-733-1056-2.

KUNCZIK, Michael. *Základy masové komunikace*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 1995, 307 s. ISBN 80-718-4134-X.

KŘIVOHLAVÝ, Jaro. *Konflikty mezi lidmi*. 1.vyd. Praha: Portál, 2002, 189 s. ISBN 80-717-8642-X

MCQAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2002, 447 s. ISBN 80-717-8714-0.

NAKONEČNÝ, Milan. *Psychologie osobnosti*. 1. vyd. Praha: Academia, 1995, 336 s. ISBN 80-200-0525-0.

NYTROVÁ, Olga a Marcela PIKÁLKOVÁ. *Etika a logika v komunikaci*. Vyd. 1. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského Praha, 2007, 340 s. ISBN 978-808-6723-457.

PRŮCHA, Jan, Eliška WALTEROVÁ a Jiří MAREŠ. *Pedagogický slovník*. 4., aktualiz. vyd. Praha: Portál, 2003, 322 s. ISBN 80-717-8772-8.

RAMONET, Ignacio. *Tyranie médií*. 1. vyd. Překlad Michal Pacvoň. Praha: Mladá fronta, 2003, 226 s. Myšlenky (Mladá fronta), sv. 11. ISBN 80-204-1037-6.

REIFOVÁ, Irena a kolektiv. *Slovník mediální komunikace*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2004, 328 s. ISBN 80-7178-926-7.

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

SEZNAM INTERNETOVÝCH ZDROJŮ

Ano šéfe. *Panáček reality show* [online]. 2010 [cit. 2012-02-12]. Dostupné z: <http://reality-show.panacek.com/ano-sefe-kitchen-nightmares>

CIMICKÝ, Jan. Reality show děti neovlivní. *IDnes* [online]. 2006 [cit. 2012-01-17]. Dostupné z: http://revue.idnes.cz/lidicky.aspx?r=lidicky&c=A050914_164514_realityshow_if

Československo má talent. *Panáček v reality show* [online]. 2011 [cit. 2012-02-16]. Dostupné z: <http://reality-show.panacek.com/cesko-slovensko-ma-talent/page/4>

Farmář hledá ženu 2. *Panáček v reality show* [online]. 2010 [cit. 2012-02-16]. Dostupné z: <http://reality-show.panacek.com/farmar-hleda-zenu-the-farmer-wants-a-wife/page/2>

Historie. *Faktor strachu: Informace, zajímavosti a epizody* [online]. 2007 [cit. 2012-03-02]. Dostupné z: <http://www.faktorstrachu.cz/historie/>

Hlas ČeskoSlovenska. *Panáček v reality show* [online]. 2012 [cit. 2012-02-16]. Dostupné z: <http://reality-show.panacek.com/hlas-cesko-slovenska-the-voice>

HONZÁK, Radkin. Stanfordský experiment: Jak může chutnat moc. *Psychologie* [online]. 2010 [cit. 2012-03-01]. Dostupné z: <http://psychologie.cz/jak-muze-chutnat-moc/>

Jste to co jíte. *Iprima* [online]. 2006 [cit. 2012-01-14]. Dostupné z:
<http://www.iprima.cz/node/117456>

KÁBRT, Jan. Vyvolení zahajují televizní boj. *IDNES* [online]. 2005 [cit. 2012-02-28]. Dostupné z:
http://revue.idnes.cz/lidicky.aspx?r=lidicky&c=A050808_194008_lidicky_lf

Kinoutomat Člověk a jeho dům. *ČSFD: Česko-Slovenská filmová databáze* [online]. 2008 [cit. 2012-01-13]. Dostupné z:
<http://www.csfd.cz/film/118873-kinoautomat-clovek-a-jeho-dum/>

KLIMEŠ, Jeroným. Posouzení nebezpečnosti reality show (VV, BB) pro děti do 15 let-stručné vyjádření: (1.část). Panáček v reality show[online]. 5. října 2005,2010, [cit.2012-02-02]. Dostupný
http://web.quick.cz/jeronym/psychologie/1reality_show_jeronym_klimes.pdf

NEŠPOR, Karel. Televizní reality show v širších souvislostech. *ZDN: Zdravotnické listy* [online]. 2006 [cit. 2012-02-15]. Dostupné z: <http://www.zdn.cz/clanek/priloha-lekarske-listy/televizni-reality-show-v-sirsich-souvislostech-275034>

O show. *Česko Slovensko má talent:* [online]. 2011 [cit. 2012-02-28]. Dostupné z: <http://www.csmatalent.cz/o-show-cz.html>

Pekelná kuchyně. *Gordon* [online]. 2005 [cit. 2012-03-02]. Dostupné z: http://gordon.ura.cz/?page_id=40

Pošta pro tebe: Jak to všechno probíhá. *Česká televize* [online]. 2005 [cit. 2012-02-01]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/10079901208-posta-pro-tebe/1074-jak-to-vsechno-probiha/>

Prostřeno. *Iprima* [online]. 2010 [cit. 2012-01-14]. Dostupné z: <http://www.iprima.cz/prostreno>

Reality show- Jak to všechno začalo. *Radio Tv* [online]. 7.8 2007 [cit. 2012-02-26]. Dostupné z: http://www.radiotv.cz/p_tv/t_program/reality-show-jak-to-vechno-zaalo/

Real World, The (TV pořad). *ČSFD: Česko- Slovenská filmová databáze* [online]. 2009 [cit. 2012-01-13]. Dostupné z: <http://www.csfd.cz/film/90411-real-world-the/>

Rozpaky kuchaře Svatopluka. *The TVDB: An open database for television fans* [online]. 2007 [cit. 2012-02-27]. Dostupné z: <http://thetvdb.com/index.php?tab=series&id=187051&lid=28>

Star Dance aneb Když hvězdy tančí. *Panáček v reality show* [online]. 2006 [cit. 2012-02-16]. Dostupné z: <http://reality-show.panacek.com/1604-star-dance-aneb-kdyz-hvezdy-tanci-od-r.html#more-1604>

Světový hit: reality show s plastickou chirurgií. *Asklepion* [online]. 2011 [cit. 2012-03-02]. Dostupné z: <http://www.asklepion.cz/anews/2011-12-06-710-1/svetovy-hit-reality-show-s-plastickou-chirurgiíhttp://www.survivorweb.cz/o-show/>

Vše o této reality show. *Kdo Přežije / Survivor* [online]. 2010 [cit. 2012-03-02]. Dostupné z: <http://www.survivorweb.cz/o-show/>

Vše o této reality show: O show a princip hry. *Amazing Race* [online]. 2002 [cit. 2012-03-18]. Dostupné z: <http://amazing-race.cz/amazing-race-o-show-a-princip-hry/>

SEZNAM GRAFŮ

Seznam grafů

Graf č. 1 Rozdělení respondentů účastnících se průzkumu Z hlediska pohlaví	44
Graf č. 2 Rozdělení respondentů účastnících se průzkumu Z hlediska věku.....	44

Seznam tabulek

Tab. 1 Otázka: „Sledoval/a jsi první řadu reality show VyVolení?“	44
Tab. 2 Otázka: „Jak často jsi sledoval/a první řadu reality show VyVolení?“	44
Tab. 3 Otázka: „Vzpomeneš si na jméno hlavního moderátora první řady pořadu VyVolení?“	44
Tab. 4 Otázka: „ Na které televizní stanici se vysílala první řada VyVolených?“	45
Tab. 5 Otázka: „Posílal/a jsi hlas prostřednictvím sms hlasování svému favoritovi z první řady VyVolených?“	45
Tab. 6 Otázka: „Vzpomeneš si na jméno vítěze první řady pořadu VyVolení?“	45
Tab. 7 Otázka: „Sledoval/a jsi reality show Big Brother?“	46
Tab. 8 Otázka: „Jak často jsi sledoval/a pořad Big Brother?“	46
Tab. 9 Otázka: „Vzpomeneš si na jméno hlavního moderátora Big Brothera?“	46

Tab. 10 Otázka: „Na které televizní stanici se Big Brother vysílal?“	47
Tab. 11 Otázka: „Posílal/a jsi hlas prostřednictvím sms hlasování svému favoritovi z reality show Big Brother?“	47
Tab. 12 Otázka: „Vzpomeneš si na jméno vítěze pořadu Big Brother?“	47

SEZNAM PŘÍLOH

PŘÍLOHA A – DOTAZNÍK	I
----------------------------	---

PŘÍLOHY

Příloha A – DOTAZNÍK

Komparace Reality Show Big Brother a VyVolení

Dobrý den,

chtěla bych Vás požádat o vyplnění krátkého dotazníku, který bude součástí mé bakalářské práce. Dotazník slouží ke zjištění oblíbenosti těchto dvou reality show a povědomí o nich.

1 Pohlaví

- Muž
- Žena

2 Věk

- 10-15
- 16-25
- 26-30
- 31 a více

3 Sledoval/a jsi první řadu reality show VyVolení?

- ANO
- NE

4 Jak často jsi sledoval/a první řadu reality show VyVolení?

- Každý den
- 3x týdně
- 1x týdně
- Nesledoval/a

5 Vzpomeň si na jméno hlavního moderátora první řady pořadu VyVolení?

- Leoš Mareš
- Tereza Pergnerová
- Ladka Něrgešová
- Nevzpomenou

6 Na které televizní stanici se vysílala první řada VyVolených?

- TV Nova
- TV Prima
- ČT 1
- Nevím

7 Posílal/a jsi hlas prostřednictvím sms hlasování svému favoritovi z první řady VyVolených?

- ANO
- NE

8 Vzpomeň si na jméno vítěze první řady pořadu VyVolení?

- Tony Jalovec
- Regina Holásková
- Vladko Dobrovodský
- Nevzpomenou

9 Sledoval/a jsi reality show Big Brother?

- ANO
- NE

10 Jak často jsi sledoval/a pořad Big Brother?

- Každý den
- 3x týdně
- 1x týdně
- Nesledoval/a

11 Vzpomeneš si na jméno hlavního moderátora Big Brothera?

- Leoš Mareš
- Tereza Pergnerová
- Jakub Prachař
- Nevzpomenu

12 Na které televizní stanici se Big Brother vysílal?

- TV Nova
- TV Prima
- ČT 1
- Nevím

13 Posílal jsi hlas prostřednictvím sms hlasování svému favoritovi z reality show Big Brother?

- ANO
- NE

14 Vzpomeneš si na jméno vítěze z pořadu Big Brother?

- David Šín- Shrek
- Filip Trojovský
- Tony Jalovec
- Nevzpomenu

BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE

Jméno autora: Martina Hrůnková

Obor: Sociální a mediální komunikace

Forma studia: prezenční

Název práce: Komparace reality show se zaměřením na reality show
VyVolení a Big Brother

Rok: 2012

Počet stran textu bez příloh: 54

Celkový počet stran příloh: 4

Počet titulů české literatury a pramenů: 12

Počet titulů zahraniční literatury a pramenů: 0

Počet internetových zdrojů: 23

Vedoucí práce: Ing. Prokůpek Václav, Ph.D.