

**UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO
PRAHA**

Bakalářské studium

2009 – 2012

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Nikola Raabová

Reality show- Moderní cesta k divákovi

Praha 2012

Vedoucí bakalářské práce:

Mgr. Michael Hovorka

COMENIUS UNIVERSITY PRAGUE

Bachelor Full-Time Studies

2009 – 2012

BACHELOR THESIS

Nikola Raabová

Reality show- The modern way to the viewer

Prague 2012

The Bachelor Thesis Work Supervisor:

Mgr. Michael Hovorka

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 28.3.2012

.....

Poděkování

Chtěla bych poděkovat vedoucímu práce Mgr. Michaelu Hovorkovi, dále PhDr. Petru Duchoslavovi a Mgr. Markétě Kaňové za odborné vedení, za pomoc a rady při zpracování této práce.

Anotace

Tato bakalářská práce se zabývá fenoménem dnešní doby- reality show. V teoretické části vymezujeme pojem reality show a její historii, jednotlivé typy a znaky, vliv pořadu na psychiku a neméně důležité publikum. Praktická část se zabývá analýzou sledovanosti reality show. Snažíme se tak zjistit, jaké jsou hlavní motivy pro sledovanost. Rozbor byl vykonán za pomoci dotazníků, ze kterých jsme zjistili potřebné informace a následně je použili pro vznik praktické části bakalářské práce.

Klíčové pojmy

Dotazníkové šetření, emoce, erotika, historie reality show, násilí, nejznámější reality show, publikum, reality show, typy reality show, voyeurismus.

Annotation

This bachelor thesis deals with a phenomenon of these days - the reality show. In the theoretical part we define the term reality show and its history, its particular types and signs, the influence of the show on the human's psyche and on the audience. The practical part deals with an analysis of reality show ratings. Our aim then was to find the main incentives for watching it. The analysis has been made through the help of questionnaires, through which we found the needed information and then used it to form the practical part of this study.

Key words

Questionnaire survey, emotions, erotics, history of the reality show, violence, the most famous reality show, audience, reality show, types of the reality show, voyeurism.

OBSAH

ÚVOD	9
-------------------	---

TEORETICKÁ ČÁST

1. Co je to reality show	10
2. Počátky reality show	12
2. 1 Simon Cowell- významná osobnost reality show	14
3. Historie reality show v ČR	16
4. Typy reality show	18
5. Hlavní znaky reality show	20
6. Faktory zvyšující sledovanost	24
7. Nejznámější reality show u nás	28
8. Vliv reality show na psychiku	43
8. 1 Televizní etapy	43
8. 2 Násilí a agresivita	44
8. 3 Erotika	46
8. 4 Realita nebo fikce- ztotožnění se s postavou	47
8. 5 Emoce	49
9. Jsme voyeurři?	51
10. Publikum	53

PRAKTICKÁ ČÁST

11. Dotazníkové šetření	56
12. Metodika výzkumu	57
12. 1 Způsob sběru dat	57
12. 2 Složení zkoumaného souboru	57
13. Vyhodnocení jednotlivých otázek z dotazníku	59
14. Vyhodnocení	66

15. Závěr	71
SEZNAM POUŽITÉ ČESKÉ LITERATURY A PRAMENŮ	74
SEZNAM INTERNETOVÝCH ODKAZŮ	76
SEZNAM GRAFŮ.....	78
SEZNAM PŘÍLOH	79

ÚVOD

Tématem bakalářské práce je seznámení se s relativně „novým“ typem pořadů, tj. reality show. Téma reality show je v dnešní době stále aktuální. Největší rozruch přinesla reality show v roce 2004, když byla v televizi odvysílána soutěž Česko hledá Superstar. Právě tato soutěž u nás rozpoutala potřebu reality show v takovém množství, jako je tomu dnes.

Bakalářská práce se skládá z teoretické a praktické části. Teoretická část se snaží co nejpodrobněji popsat reality show, vymezit její počátky a vývoj, zároveň jsou zmíněny významné osobnosti, které jsou důležitou součástí daného žánru. Reality show je zkoumána z více hledisek. V kapitolách rozebereme faktory, které reality show ovlivňují, typické znaky, ale podíváme se i do psychologie. Reality show velmi silně působí na psychiku člověka. Jedinec prožívá emoční situace, je svědkem násilných a erotických obrazů a je tím ovlivněn. Bakalářská práce se z tohoto důvodu danými jevy také zabývá. Teoretická část dále obsahuje nejznámější reality show u nás, které jsou popsány z pohledu obsahu, ale i sledovanosti. Reality show by nemohla fungovat bez diváků, a proto jako jedním z posledních témat je publikum. Nesmíme opomenout ani pojem voyeurismus, který s reality show samozřejmě souvisí.

Cílem bakalářské práce je zjištění, proč lidé věnují značnou část svého volného času sledováním reality show. Abychom dospěli k závěru, je zapotřebí se na reality show podívat komplexně, jak jsme nastínili výše. Součástí teoretické části je i odborná literatura, která byla použita při psaní bakalářské práce a sloužila zároveň jako inspirace.

Nejdůležitějším bodem praktické části je sledovanost reality show. Pro výzkum jsme použili dotazníkové šetření. Cílem bylo zjištění, proč lidé sledují reality show, jak často a v jakém vysílacím čase, co diváky zajímá, jaké prvky by mohli oživit reality show a zvýšit její sledovanost a v neposlední řadě o jaké druhy reality show jeví diváci největší zájem.

TEORETICKÁ ČÁST

1. Co je to reality show?

Pro samé pozorování zapomínáme, že můžeme být sami pozorováni.¹

ROLLAND BARTHES

Definice reality show není dosud ujednocená. Každá definice vysvětluje reality po svém, avšak v jedné věci se shodují. Jde o nehrané situace reálných lidí.²

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 to, aby působily dramaticky. Společným rysem mnoha různých forem tohoto žánru je důraz na každodenní subjektivní otázky, s nimiž se může divák snadno identifikovat, na společenské a morální konvence a problém jejich překračování, na emocionální reakce na různé podněty.³

Reality show se odehrává v netradičním prostředí, ve kterém se vyskytují soutěžící, a neobejde se bez zajímavých procesů. Diváci tak mohou sledovat „vyvolené osoby“, jak se chovají ve skutečných situacích. Není nic pikantnějšího pro diváka, než nahlédnout do soukromí soutěžícího, sledovat jeho chování ve vypjatých situacích, chválit ho ale i kritizovat nebo s ním prožívat svůj sen, který bychom si sami nezrealizovali. Není divu, že lidé hlásící se do reality show jsou exhibicionisté a extroverti. Plachý člověk by se nám, divákům, v soutěži nejspíše nelíbil.

¹ BARTHES, Roland in RAMONET, Ignacio, *Tyranie médií*, 1. Vyd., Praha: Mladá fronta, 2003, s. 112.

² KLIMEŠ, Jeroným. *Kde se bere síla reality show?* [online]. 2004 [cit. 2012-1-8]. Dostupné z: http://klimes.mysteria.cz/clanky/psychologie/reality_show.htm

³ REIFOVÁ, Irena a kol., *Slovník mediální komunikace*, 1. Vyd., Praha: Portál, 2004, s.206.

Lidé se však nevzdávají soukromí, pokud to pro ně není výhodné. Soutěžící táhne vysoká finanční částka, kterou mohou vyhrát, také možnost popularity a zviditelnění se. Na druhé straně stojí televize, která danou show vysílá. Ta ovšem také nepříjde nadarmo. Televizi se zvýší sledovanost, kterou jí reality show přinese, také reklama a diváci svým hlasováním přispějí k příjmům televize.

Celebrity sleduje většina lidí s velkým obdivem, srovnávají se s nimi, ale jejich svět je jím vzdálený. U reality show je tomu naopak. V soutěži se objevují „obyčejní lidé“, jako my. Prožívají stejné situace jako my a to se nám líbí. Nejsou z počátku ničím výjimeční, ale to se časem změní.

Aby soutěž byla pro diváky zajímavá, musí mít i zajímavé osobnosti. Proto jedním z důležitých bodů úspěšné show je výběr kandidátů. Je důležité, aby se během trvání soutěže vyvíjely různé vztahy a situace mezi účinkujícími. Z tohoto důvodu se vybírají soutěžící, kteří si nejsou podobní. Je potřeba, aby se v přenosu objevila rivalita, hádka, flirt, sexuální hrátky, ale i soudržnost a přátelství. Každý proces je pro publikum něčím zajímavý. Samozřejmě bez negativních situací by soutěž neobstála.

V České republice má reality show stále vysokou sledovanost. V USA tomu již není. Například německá show *The Apprentice*, kde výhrou bylo místo manažera v Trumpově společnosti, nedopadla tak, jak bylo očekáváno. Soutěž byla nakonec přesunuta do horších vysílacích časů. Pozitivně nedopadla ani soutěž *The Bachelor*, která se zabývala seznamováním, nebo soutěž *The Swan*, která se zaměřovala na plastickou chirurgii. Podle ředitele RTL Thoma Helmuta je reality show v podstatě mrtvá.⁴

⁴ KRUML, Milan. *Česká média* [online]. 19.2.2005 [cit. 2011-12-08]. Dostupné z: <http://www.ceskamedia.cz/media/143179/milan-kruml-svetove-reality-show-potrebuji-hvezdy>

2. Počátky reality show

Společnost jde stále s dobou. Žádá si nové technologie, více informací, je čím dál tím těžší ji uspokojit, a tak není divu, že vznikl žánr zvaný reality show.

Počátky reality show se nedají přesně vystopovat. S prvky tohoto žánru jsme se již mohli setkat při zápasu gladiátorů, nebo při rytířských turnajích. Už v této době se diváci ztotožňovali s hrdiny a chtěli se stát členy tlupy, která buď zvítězila, nebo prohrála. Dnes tomu není jinak. Pro našeho favorita jsme schopni udělat mnoho. Zasíláme SMS, telefonujeme a snažíme se ho maximálně podpořit.⁵

Prvním významným člověkem v reality show byl Allen Funt. V roce 1948 přišel Funt do televizního studia CBS s nápadem. Nápad spočíval v oslovení lidí na ulici, které snímá skrytá kamera a sleduje jejich reakce. Lidé se většinou nacházejí v trapných situacích, a proto jsou jejich reakce pikantnější. Reakce na tento druh zábavy byly pozitivní a tak Allen Funt začal vysílat pořad „Candid Camera“ (Skrytá kamera). Tuto reality show jsme mohli vidět také na našich obrazovkách v různých podobách, jako byl pořad Šprťouchlata, Ego nebo Camera Populi.⁶

Neměli bychom opomenout ani „Skrytý mikrofon“, který v roce 1947 uvedl Allen Funt v rádiu. Show se však mnoho neprosadila. Svého úspěchu dosáhl Funt až s „Candid camerou“, od které se datuje vznik reality show.⁷

„The American Family“ (Americká rodina). Tato reality show se objevila na televizní stanici PBS v roce 1973. Často se o ní tvrdí, že předběhla svou dobu. Diváci byli svědky rozhodnutí rodičů o rozvodu, také se dozvěděli

⁵ KLIMEŠ, Jeroným. *Kde se bere síla reality show?* [online]. 2004 [cit. 2012-1-8]. Dostupné z: http://klimes.mysteria.cz/clanky/psychologie/reality_show.htm

⁶ ŠTROBLOVÁ, Soňa, *Film a televize jakou audiovizuální zprostředkování světa*, 1. Vyd., Praha: UJAK, 2009, s. 103.

⁷ SLOCUM, B., Charles. *The Real History of Reality TV Or, How Alan Funt Won the Cold War* [online]. [cit. 2012-1-20]. Dostupné z: <http://www.wga.org/organizesub.aspx?id=1099>

o homosexuálním synovi. Život rodiny bylo najednou možné sledovat na obrazovce. Tato reality show se pokládá za „první skutečnou reality show“.⁸

Po „Americké rodině“ následovaly další typy reality show. Byly už více propracované, výběr kandidátů byl pečlivější, nově s reality show spolupracoval i psycholog. V reality show je dnes psycholog klíčovou osobou. Vybírá soutěžící, vylučuje jedince psychicky labilní, poskytuje také svoje služby soutěžícím po skončení reality show. Návrat do reality může být pro soutěžící velmi psychicky náročný. Lidé je znají, píše se o nich, ukazují si na ně a to nemusí jedinec unést. Také návrat do normálního života, kde musíte chodit do práce, platit složenky se každému nelíbí a zpočátku to nezvládá. Od toho je zde psycholog aby soutěžícím pomohl se začlenit zpátky do relativně „normálního života“.⁹

O pozornosti věděl své i Andre Warhol, který v Americe prohlásil: „ V budoucnosti bude každý jednou 15 minut slavný“. Každý člověk potřebuje pozornost. Nemusí však jít pouze o děti, které si svoji pozornost získávají křikem. Když se podíváme do Antiky, uvidíme Herostratose, který dokázal také upoutat pozornost a ne zrovna křikem. V roce 365 zapálil Artemidin chrám. Tímto činem pojmenoval psychickou poruchu „herostratismus“ a zapsal se tak lidem do povědomí.¹⁰

V dnešní době lidé mají více než 15 minut na slávu. V reality show se pohybují po celou dobu vysílání, a tak jsou divákům na očích mnohem déle. Soutěžící dnes už nemusí mít mimořádné schopnosti. Většina kandidátů jsou ne herci. Jsou to „obyčejní lidé, kteří využili možnosti zviditelnit se. A reality show jim to umožňuje. O snaze zviditelnit se vypovídají jednotlivé činy. Televize

⁸ SLOCUM, B., Charles. *The Real History of Reality TV Or, How Alan Funt Won the Cold War* [online].[cit. 2012-1-20]. Dostupné z: http://www.wga.org/organize_sub.aspx?id=1099

⁹ ŠTROBLOVÁ, Soňa, *Film a televize jakou audiovizuální zprostředkování světa*, 1. Vyd., Praha: UJAK, 2009, s. 103.

¹⁰ ŠTROBLOVÁ, Soňa, *Film a televize jakou audiovizuální zprostředkování světa*, 1. Vyd., Praha: UJAK, 2009, s. 102-103.

CBS odvysílala ve svém pořadu „60 Minutes“ eutanázii v přímém přenosu, kterou provedl doktor Jack Kevorkian. Losangelská televize zase vysílala v přímém přenosu sebevraždu muže. Dokonce kvůli tomu přerušila pořad pro děti. V Thajsku bylo k vidění v přímém přenosu okolo 650 sebevražd. Převážně se jednalo o lidi skákající z budov.¹¹

Reality show probíhající v minulosti a dnes se v mnoha věcech nezměnila. Samozřejmě dříve neexistovaly kamery, televize a veškerá technika, jakou disponuje dnešní doba. Pokaždé se však jednalo o netradiční prostředí. Nezáleží na tom, jestli jsme zavřeni ve vile nebo se nacházíme v aréně. Stále se s nimi srovnáváme, projevujeme sympatie a nesympatie, čekáme na jejich projevy ve vypjatých situacích a též se chceme pobavit.¹²

Rozdíl, který za tu dobu vznikl, je vzdálenost od této show. Od dob gladiátorů uběhlo mnoho let a leccos se změnilo. Dříve se diváci účastnili gladiátorských zápasů osobně. V dnešní době nám stačí zapnout televizi a pohodlně se usadit na gauči. Tímto zjednodušením jsme ale přišli o vzdálenosti, které by pro nás měly být důležité. Lidé chodili na zápasy, průvody, do spolků a tím udržovali osobní styk. Dnes lidé spíše tráví čas u televize a vzdalují se přímému kontaktu. Energie nám přebývá, nemáme ji kde vybit a v tu chvíli vítáme reality show. Není divu, že ji pak pokládáme za náš hromosvod.¹³

2.1 Simon Cowell- Významná osobnost reality show

Významnou osobou v reality show je Angličan Simon Cowell. V roce 2001 zasedl v porotě v soutěži American Idol, jedné z nejslavnějších castingových

¹¹ RAMONET, Ignacio, *Tyranie médií*, 1. Vyd., Praha: Mladá fronta, 2003, s. 119.

¹² KLIMEŠ, Jeroným, *Kde se bere síla reality show?* [online]. 2004 [cit. 2012-1-8]. Dostupné z: http://klimes.mysteria.cz/clanky/psychologie/reality_show.htm

¹³ KLIMEŠ, Jeroným, *Kde se bere síla reality show?* [online]. 2004 [cit. 2012-1-8]. Dostupné z: http://klimes.mysteria.cz/clanky/psychologie/reality_show.htm

soutěží. V České Republice je tato soutěž známá pod názvem Česko hledá Superstar. V této soutěži mohl každý jedinec ukázat svůj talent- přesněji zpěv.¹⁴

Jelikož zpěv není jediný talent, kterým lidé disponují, Cowell se rozhodl uvést další show- America's Got Talent. Zde už nešlo jen o pěvecký výkon, ale i o taneční vystoupení, předvádění kouzel nebo vyprávění vtipů. Simon Cowell začal se zpěvem, poté rozšířil škálu o tanec a zábavu. Tancem se zabývala i další show Celebrity Duets. Tato reality show byla postavena na slavných osobnostech, které soutěžili v tanci a zpěvu s profesionálními zpěváky.¹⁵

Cowell stále pokračoval ve své tvorbě a v roce 2004 vytvořil soutěž X Factor. Soutěž se týkala opět zpěvu. V prvním kole X faktoru Simon objevil čtyři královské hlasy a pomohl jim založit formaci. Tato pěvecká formace je dnes známá pod jménem Il Divo. Soutěž se stala velmi populární, tak jako její zakladatel.¹⁶

Jeho posledním dílem je show American Inventor (2006). V této soutěži bojují proti sobě začínající podnikatelé a předkládají své nápady porotě. Tato soutěž je úplně odlišná od předešlých show. Nešlo zde jen o zpěv, tanec a zábavu, ale každý kandidát musel zapojit svoji nápaditost a předložit propracovaný návrh, který by chtěl zrealizovat. První ročník soutěže vyhrál Janucz Liberkowski za vynález dětské bezpečné autosedačky s názvem Anecia Safety Capsule. Na realizaci návrhu obdržel milion dolarů. K výrobě dětské autosedačky ho inspirovala smrt vlastní dcery při autonehodě.¹⁷

¹⁴ Simon Cowell [online]. [cit. 2012-1-20]. Dostupné z: <http://zivotopis.osobnosti.cz/simon-cowell.php>

¹⁵ ŠTROBLOVÁ, Soňa, *Film a televize jakou audiovizuální zprostředkování světa*, 1. Vyd., Praha: UJAK, 2009, s. 104.

¹⁶ Simon Cowell [online]. [cit. 2012-1-20]. Dostupné z: <http://zivotopis.osobnosti.cz/simon-cowell.php>

¹⁷ ŠTROBLOVÁ, Soňa, *Film a televize jakou audiovizuální zprostředkování světa*, 1. Vyd., Praha: UJAK, 2009, s. 104.

3. Historie reality show v ČR

Nejdůležitějším bodem pro českou reality show je výstava zvaná EXPO 67 v Montrealu. Výstava byla rozdělená na pavilony, jeden pavilon byl věnován i tvorbě Československé republiky. V tomto pavilonu byl k vidění Kinoautomat s názvem „Člověk a jeho dům“. Režiséři pořadu, Radúz Činčera, Ján Roháč a Vladimír Svitáček, poskytli divákům možnost poprvé o pořadu hlasovat. K hlasování sloužily přístroje se zeleným a červeným tlačítkem. Stlačením červené nebo zelené barvy diváci rozhodli o tom, jak bude pořad pokračovat.¹⁸

„Člověk a jeho dům“ pojednával o panu Novákovi a jeho sousedech. Pořad se několikrát přerušil. V této chvíli vystoupil na scéně pan Novák, kterého ztvárnil Miroslav Horníček. Pan Horníček prováděl diváky celým pořadem, doplňoval ho o další informace a na základě toho pak mohli diváci hlasovat.¹⁹

V roce 1971 se kinoautomat objevil také v Československé republice. Pro jeho přijetí bylo potřeba upravit pražské kino Světozor. Diváci hlasovali o úspěšnosti filmu stejně jako na výstavě v Montrealu. Kinoautomat se stal velmi oblíbeným a fungoval do roku 1972. Příchodem komunismu byl z ideologických důvodů zrušen.²⁰

Následoval pořad „Rozpaky kuchaře Svatopluka“. Pořad byl vysílán počátkem 90.let a provázel nás jím Josef Dvořák. O pořadu mohli diváci taktéž hlasovat pomocí hlasovacích krabiček.²¹

„Experiment v Tišňově“ se uskutečnil v 80. letech. Projekt byl určen sovětské kosmické agentuře Interkosmos. Do štol bylo izolováno několik dobrovolníků, převážně šlo o studenty a novináře. Kamery, které byly umístěné

¹⁸ ŠTROBLOVÁ, Soňa, *Film a televize jakou audiovizuální zprostředkování světa*, 1. Vyd., Praha: UJAK, 2009, s. 105.

¹⁹ NAGY, Peter, *Kinoautomat: Člověk a jeho dům*, [online]. 13.6.2007 [cit. 2012-1-22]. Dostupné z: <http://www.nekultura.cz/film-recenze/kinoautomat-clovek-a-jeho-dum.html>

²⁰ *O kinoautomatu*, [online]. [cit. 2012-1-22]. Dostupné z: <http://www.kinoautomat.cz/o-kinoautomatu.htm>

²¹ *Rozpaky kuchaře Svatopluka*, [online]. [cit. 2012-1-22]. Dostupné z: <http://www.csfd.cz/film/111284-rozpaky-kuchare-svatopluka/>

ve štolách, sledovaly chování dobrovolníků v daném prostředí. Jeden z účastníků experimentu, Jiří X. Doležal o své zkušenosti promluvil v časopisu Reflex: „...to, co vidím na televizní obrazovce ve *Vyvolených*, je stejně zajímavé jako to, co jsem viděl na tehdy černobílých monitorech v Tišnově...“.²²

Helena Třeštíková, významná režisérka, natočila pořad zvaný „Manželské etudy“. Pořad se zaměřoval na mladé manželské páry. Sledoval jejich vývoj od svatby až po dobu 6 let. Další díly odvysílala po čase Česká televize. Většina manželských párů byla již od sebe a začínali žít nový život.²³

Prvky reality show se objevují stále častěji. Z počátku byly k vidění v „Experimentu v Tišnově“ nebo v „Manželských etudách“. Od té doby se pořady stále více přibližují k reality show v pravém slova smyslu. Například rádio „Kiss 98“, umístilo v obchodním domě Kotva v Praze po dobu „lábánek“ manželský pár ve výkladní skříni. Manželský pár byl na očích všem kolemjdoucím. Lidé manželský pár pozorovali s nadšením, tak jako tomu je u dnešní reality show. Nikdo procházející lidi nenutil, aby se zastavili a dívali. Byla to jejich svobodná vůle. Další projekt rádia Kiss odehrávající se na Zlínsku se podobal svými prvky ještě více reality show, než projekt předchozí. Hra se jmenovala „Jeden musí z kola ven“. Opět bylo umístěno 8 mužů a 6 žen ve výkladní skříni v obchodním domě. Lidé tak mohli po dobu 14 dnů být svědky veškerých rozhovorů a situací. Každý den vybrali účastníci soutěže jednoho soutěžícího, který musel hru opustit. Soutěž skončila ve fázi, kdy zůstal pouze jeden soutěžící za výkladní skříni. Tento projekt poukázal na voyeurismus, tak na lidskou potřebu ukazovat se a být pozorován. Nechybělo ani postupné vyloučení všech soutěžících.²⁴

²² ŠTROBLOVÁ, Soňa, *Film a televize jakou audiovizuální zprostředkování světa*, 1. Vyd., Praha: UJAK, 2009, s. 105.

²³ *Manželské etudy po 20 letech- Ivana a Václav*, [online]. [cit. 2012-1-22]. Dostupné z: <http://www.kinosvetozor.cz/cz/program/filmy/354/Manzelske-etudy-po-20-letech-Ivana-a-Vaclav/>

²⁴ ŠTROBLOVÁ, Soňa, *Film a televize jakou audiovizuální zprostředkování světa*, 1. Vyd., Praha: UJAK, 2009, s. 105-106.

4. Typy reality show

Reality show patří beze sporu mezi nové rituály masové společnosti. Společnost si žádá neustále něco nového, něco netradičního a zajímavého. V dnešní době je reality show velmi oblíbeným žánrem, i když zobrazuje příběhy lidí, kteří se pohybují na hranici morálky. Bohužel nebo bohu díky je dnešní společnost velmi tolerantní a odolná a hranice morálky posunuje stále dál a dál. Existují různé morální kodexy, ale s jejich dodržováním byly vždy problémy. Můžeme vzpomenout na Haysův kodex V USA, který určoval, co se ve filmu a v televizi smí a nesmí objevit. V 70. letech 20. století se stále více v televizi objevoval sex, násilí a rasová diskriminace. Překvapením bylo, že tyto jevy probudily v divácích velký zájem. Následně na to byl Haysův kodex zrušen.²⁵

První verzi Haysova kodexu vytvořil v roce 1930 jezuita Daniel Lord a Bude H. Hays. Když se dnes podíváme na staré americké filmy, není divu, že na nás působí pozitivně. V těchto filmech je zobrazována správná cesta a volba hlavní postavy. V závěru vždy dobro zvítězí nad zlem a zlo je potrestáno.²⁶

Obyčejný příběh v dnešní době diváka nezaujme. To, co ho zajímá je nevěra, nenávisť, neslušnost, hádky, pomluvy a to vše nabízí reality show. Samozřejmě zde najdeme i kladné stránky, jako je láska a přátelství, ale měl by tento žánr tak velkou sledovanost, kdyby se lidé měli jen rádi a vycházeli spolu? K tomuto žánru jednoduše patří více negativ než pozitiv, kdyby to bylo naopak, lidé by to nesledovali.

Podle PhDr. Štroblové je možné jednotlivé typy reality show rozdělit na programové formáty, které vytvářejí jasně stanovenou výchozí situaci, jejíž další vývoj závisí na chování zapojených osob /kandidátů/ a rozhodování diváků:

- *Kontejnerová show- Big brother, Vyvolení*
- *Castingová show- Superstar, X Factor*

²⁵ ŠTROBLOVÁ, Soňa, *Film a televize jakou audiovizuální zprostředkování světa*, 1. Vyd., Praha: UJAK, 2009, s. 103-104.

²⁶ ČERNÝ, Jiří. *Dobré filmy, cenzura a křesťané* [online]. [cit. 2012-1-22]. Dostupné z: <http://cirkev.wordpress.com/2010/06/10/dobre-filmy-cenzura-a-kresta-ne/>

- *Vztahová show- Vem si mě, Miliónový pár*
- *Makeover show- Vypadáš skvěle, Bydlení je hra*
- *Dobrodružná show- Survivor*
- *Emoční show- Pošta pro tebe*
- *Hvězdná show- StarDance, Celebrity Duets*²⁷

²⁷ ŠTROBLOVÁ, Soňa, *Film a televize jakou audiovizuální zprostředkování světa*, 1. Vyd., Praha: UJAK, 2009, s. 104.

5. Hlavní znaky reality show

Jako každý žánr má i reality show svoje typické znaky, kterými se vyznačuje. Tento netypický žánr, nemá (většinou) pevně stanovený scénář, účinkující jsou obyčejní lidé z davu, kteří si chtějí splnit svůj sen, také vývoj děje se nedá přesně neplánovat. O reality show bychom mohli s jistotou tvrdit, že jde o žánr plný změn a překvapení.

Mezi nejdůležitější znaky RS patří:

- Sledování chování účinkujících
 - Každý účinkující, který se přihlásí do reality show, musí počítat s tím, že se na určitou dobu vzdá svého soukromí a bude neustále sledován štábem. Štáb sleduje chování všech lidí v soutěži a tím přináší divákům projevy štěstí, lásky, nenávisti, rozporů atd. Na člověka působí také prostředí, ve kterém se nachází. Pokud jste izolováni od světa ve vile, po nějaké době vzniknou mezi soutěžícími rozepře a hádky. Pokud jste ale v exotickém prostředí, nejsou zde na prvním místě aktéři a jejich soupeřivost, ale zajímavější pro diváky je sledování jedince, jak překonává životní podmínky- soutěžící nemají dostatek jídla, jsou bez sil, unaveni ze sluníčka a fyzické námahy, překonávají nástrahy ostrova a snaží se přežít. Chování jedinců v různých situacích je pro diváka velmi atraktivní, a proto mají reality show tak velkou sledovanost.
- Udržení pozornosti diváka
 - Dalším důležitým znakem RS je udržení pozornosti diváka. Tento úkol není jednoduchý. Daný pořad musí být natolik atraktivní, aby diváka přilákal k jeho sledování, ale ne pouze jednou, ale aby se stále vracel k obrazovce. Vliv na RS mají účinkující, kteří jsou vybráni. Tyto lidé musejí být atraktivní,

mít charisma, musí diváka zaujmout, a proto se na jejich výběr klade velký důraz. Dalším důležitým znakem je prostředí, do kterého soutěžící zasadí. Prostor musí být pro diváka něčím zajímavé, musí obsahovat něco nečekaného, co překvapí jak soutěžící, tak diváky. Například ve vile každého potěší posilovna a sauna. Moderátor soutěže je další bod, který by se neměl opomíjet. Moderátor je ten, kdo diváky uvítá a rozloučí se s nimi na konci pořadu, kdo udržuje zábavu, sděluje pikantnosti, vyvolává napětí při vyslovení verdiktu. Je to prostředník mezi soutěžícími a diváky, a pokud si moderátor získá s diváky na svoji stranu je to část úspěchu dané RS.

- Vliv účastníků a diváků na vývoj dětí
 - RS je moderní žánr a s tím souvisí i moderní pojetí. Už zde není tabu sex a násilí jako kdysi. Právě naopak. Když v reality show neuvidíme milostné hrátky, sprosté vyjadřování nebo výměnu názorů, která se neobejde bez pár facek, diváka to po chvíli nebude bavit a odejde od televize. Ale jak to vnímají malé děti, kteří tento děj sledují? Co když jim to připadá normální? Podle psychologů, násilí, zbraně, sex, ovlivňují děti do velké míry. Pokud vídají tyto témata v televizi často, berou je později jako za součást reality a nepřipadá jim divné, když vidí muže, jak na ulici uhodí ženu, nebo vidí staršího pána, jak se intimně dotýká malého dítěte. Malé děti nerozeznávají z počátku realitu od smyšleného děje, a tím pádem se může jejich chování vyvíjet špatným směrem. Děti se pak odkazují na dotyčné osoby, že to tak dělají, tak proč by ony nemohly také. Největší vliv na děti by měli mít rodiče, kteří by je k danému pořadu nepustili, protože není pro ně vhodný. Děti jsou ale dosti zvědavé, a tak se často stává, že i přes zákaz rodičů sledovat RS, si děti ke sledování televize cestu najdou. Tím, že rodiče sami sledují RS nedávají dětem zrovna dobrý příklad.

Samozřejmě nejideálnějším příkladem jsou ti rodiče, co reality show nesledují a vedou své děti správným směrem.

- Nemají vždy pevný scénář
 - Pevný scénář u tohoto žánru není pravidlem. Jelikož reality show musí být zajímavá, napínavá, měla by obsahovat nečekané děje, které poutají pozornost, nelze zde mít úplně pevný děj. Reality show používá scénář spíše jako šablonu, která jí má poskytnout být divácky zajímavou. Vezměme si reality show Vyvolení. Soutěžící byli umístěni do vily, kde byli nonstop sledováni a plnili během dne určité úkoly. Když měli úkoly splněné, měli osobní volno. Během volna se ve vile vždy něco přihodilo, ať už love story nebo hádka. To pak inspirovalo vedoucí tým RS k vymyšlení dalšího úkolu. Úkoly byly vymyšlené někdy dopředu, někdy reagovali na předešlou situaci ve vile. Jelikož vývoj děje ve vile byl nepředvídatelný, musel se scénář měnit, přizpůsobovat dané situaci, a tak by nebylo možné mít pevný scénář. Scénář se ale mění podle typu reality show. Například u soutěže Česko hledá Superstar se setkáme spíše s pevnějším scénářem. Pořadí finalistů, videozáznamů vyrčení verdiktů je určeno dopředu a musí se dodržovat, ale co se týče moderátorů, mají ruce poměrně volné. Scénář je tedy pevný, ale dá se s určitými částmi hýbat.
- Přináší sen a zároveň možnost někoho ovlivnit
 - Každý má svůj sen. Někdo chtěl být v dětství hasičem, jiný princem. Lidé, kteří se přihlásili do reality show, se snu přiblížili. Ať už je jejich snem se zviditelnit, poznat nové lidi nebo vyhrát peníze, všichni soutěžící pro splnění svého snu dělají maximum. A co ti jedinci, co nejsou tak ambiciózní, nejsou extroverty, nechtějí se zviditelnit, ale chtějí si splnit také

svůj sen? Tito lidé sledují často reality show a děj prožívají se soutěžícími a ztotožňují se s nimi. Jelikož nemají sami tolik odvahy, aby se přihlásili, vyberou si svého favorita, které mu fandí a prožívají přes něho své sny. Někoho může ztotožnění se, se soutěžícím, tak ovlivnit, že mu dodá odvalu a přihlásí se do dalšího dílu reality show nebo se rozhoupe a přiblíží se alespoň o kousek svému snu.

- U reality show mohou diváci ovlivňovat posun kandidátů do finále nebo jejich vyřazení. Čím více obdrží kandidát SMS zpráv, tím má větší možnost se dostat do finále. V těchto soutěžích jde o oblíbenost jednotlivců. Pokud je soutěžící nepříjemný, věčně vyvolává spory, s nikým se nebaví, sympatie diváků si těžko získá a může počítat s blízkým vyřazením. Za to jedinec, který je příjemný, má věčně dobrou náladu, je nápomocný, s každým vychází, lehce si ho diváci oblíbí a pošlou ho do finále. Je zde ale důležité rozpoznat opravdový postoj a chování soutěžících před přetvářkou. Často se najde jedinec, který se přetváří, jen aby se zalíbil kolegům v soutěži ale i divákům a zajistili mu výhru. Když si divák vybere svého favorita, posílá mu SMS zprávy, dostává se mu pocitu, že může někoho ovlivnit. V tu chvíli si divák může připadat důležitý a věří tomu, že jeho hlas může rozhodnout právě o osudu daného soutěžícího. Bohužel je to pravda. Kolikrát rozhodl o postupu pouze 1 hlas. Divák to ví, a proto ho pocit moci hřeje u srdce.

6. Faktory zvyšující sledovanost

Bez děje by nebyl příběh a bez příběhu film. Tak jako každý film je doprovázený vhodnou hudbou, děj je zaveden do zajímavého prostředí, jsou vybráni skvělí herci, tak i reality show nesmí postrádat tyto faktory zvyšující sledovanost.

Přehled faktorů:

- Hudba
 - Podívejme se na hudbu. Někomu připadá ve filmu zbytečná, někdo by se bez ní zase neobešel. Když si při sledování filmu ztlumíte zvuk, aby hudba nebyla tak pronikavá a snažíte se soustředit na děj a ne na hudbu, uvidíte, jak by daný film byl bez hudby chudý. Melodie dodává každému filmu temperament, poutavost a vhodně zvolená hudba při dané scéně umožňuje divákům se lépe vžít do děje a představit si to. Tak jako u filmu má hudba velký význam i v reality show. Podle typu reality show se používá také druh hudby. U Vyvolených jsme při každém počátku vysílání mohli slyšet znělku. Znělka byla poměrně rychlá, veselá a poutavá aby diváky zaujala a vryla se jim do paměti. Znělka se stala symbolem této soutěže a pokaždé když zazněla, divák věděl, že se jedná o reality show Vyvolení. Při vyřazování soutěžícího zase zněla smutná píseň, která napomáhala průchodu emocí jako smutku a pláče. U soutěže Trosečník zase zněla hudbu ve stylu domorodných kultur. Kdyby zde pustili jako znělku píseň od Madonny, nebyla by soutěž věrohodná a mohlo by to diváky odvrhnout od sledování této show. Při pořadu Vem si mě, Farmář hledá ženu, můžeme slyšet písně romantické. Jelikož se jedná o partnerskou show, kde si muž hledá budoucí partnerku, podporují tuto

soutěž romantické melodie, které jí dodávají romantický nádech a na to diváci, především ženy slyší.

- **Prostředí**

- **Exotické**- v exotické prostředí se odehrává například soutěž Trosečník. Lidé jsou umístěni na exotický ostrov, který jim na dobu soutěže bude sloužit jako náhradní domov. Exotika je pro lidi zajímavá a láká diváky k pořadu. Avšak uskutečnit soutěž na ostrově není tak jednoduché. Příprava prostředí a disciplín, které jsou potřeba k soutěži, je drahá a také zdlouhavá. Nemáte zde ideální podmínky, jako když připravujete reality show ve společenském sále. Z důvodu velkých finančních nákladů není těchto typů soutěží mnoho.
- **Rodinné**- s tímto prostředím se můžeme setkat u reality show Výměna manželek nebo Chůva v akci. V pořadu Výměna manželek si dvě zúčastněné rodiny vymění manželky na 2 týdny. První týden prožívá rodina svůj obvyklý týden, druhý týden se manžel s dětmi přizpůsobuje změnám nové manželky a plní její přání. Příběh se odehrává v domácím prostředí, kde se účinkující cítí dobře. Rodina tak nabízí náhled do svého soukromí, umožní divákům pozorovat chod domácnosti a ukáže problémy, které se v rodině vyskytují. Toto prostředí je divákům blízké, a tak se v této reality show často vidí.
- **Izolované**- v soutěži Big brother nebo vyvolení jsou účinkující umístěny do vily, do izolovaného prostředí. Nemají kontakt s okolním světem, také nemohou jít ven na procházku. Celý svůj pobyt se pohybují pouze po prostorách vily a zahrady, která je součástí. Aby mohl štáb divákům zprostředkovávat zajímavé momenty, musí být vila 24 hodin denně monitorována. V uzavřeném prostředí dochází často ke stavům výbušnosti, nepříjemnosti, mezi soutěžícími vzniká „ponorka“ a to je to, co diváky zajímá a zaručuje dané soutěži velkou sledovanost.

- **Společenské-** společenské prostředí platí například pro reality show Bailando. Tato taneční soutěž se odehrávala v tanečním sále. Účinkují během týdne trénovali určitý tanec na další kolo, který pak v daný večer předvedli před diváky a porotou v sále. Jejich tanec nehodnotili pouze diváci, ale ke slovu se dostala i porota.
- Volba moderátora
 - I když se to nezdá, moderátor je důležitou částí reality show. Po celý průběh soutěže provádí soutěžící a diváky. Jeho úkolem není pouze provést diváky jednotlivým dílem, ale musí je zaujmout, být vtipný, charismatický, atraktivní, inteligentní. Musí být osobitý, aby přitáhl jedince ke sledování soutěže. Dříve, pokud měl moderátor negativní minulost, byl odepsán. Nikdo ho neobsadil, protože se báli, že by ohrozil daný pořad. Dnes je tomu přesně naopak. Čím má moderátor negativnější minulost tím lépe. Samozřejmě do určité míry. Dnes pestrá minulost moderátora zvyšuje sledovanost pořadu, protože je daná osobnost a jeho činy pro diváka atraktivní. Když si vezmeme Evu Ajchmajerovou a její pornografické zkušenosti. I přes její pestrou minulost byla vybrána jako moderátorka soutěže Big Brother. Jako další celebritu bychom mohli uvést Roberta Ripyho, který se proslavil striptýzem a přesto moderoval soutěž Česko hledá Superstar.
- Výběr soutěžících
 - Každá reality show se může pyšnit velkým počtem zájemců, kteří se hlásí do reality show. Šanci ale nedostane každý. Výběr účinkujících není lehký ani příliš rychlý. Jedinci musí projít několika koly, ve kterých mají za úkol, přesvědčit porotu, že oni jsou ti praví. Porota se neskládá pouze z odborníků, jako dramaturga a režiséra pořadu, ale je zde přítomen i psycholog,

který určí, jestli je daný kandidát psychicky schopný zvládnout vypjaté situace a co od kandidáta můžeme čekat. Případný soutěžící musí mít charisma, být něčím zajímavý a hlavně musí vyvolat zájem o sledovanost pořadu. To je zásadní bod při výběru kandidátů.

7. Nejznámější reality show u nás

Česko hledá Superstar

Reality show Česko hledá Superstar je odrůda britské verze soutěže Pop Idol z roku 2001. Soutěž byla vysílána v mnoha zemích pod různými názvy. V české republice soutěž Česko hledá Superstar byla k vidění od února 2004.²⁸

Do soutěže se přihlásilo mnoho zájemců, kteří se chtěli stát hvězdou pop music. Každý uchazeč musel projít sítí konkurzů. Výběr se zúžil na 40 uchazečů a ti pak byli v semifinálových kolech rozděleni do 10 skupin, které předstoupili před diváky. Od této chvíle byl osud uchazečů v rukách publika. Diváci hlasovali pomocí SMS a telefonátů. Z každé desítky soutěžících se dva nejlepší amatéři, s nejvíce hlasy, probojovali do finále. Tím to se utvořila finálová desítka. Finálovou desítku doplnili soutěžící, kteří byli porotou vybráni na Divokou kartu. Touto kartou dala porota šanci dvěma uchazečům, vrátit se do hry a bojovat o umístění.

Ve finálových kolech vypadl vždy jeden soutěžící s nejmenším počtem hlasů. Uchazeč, který se probojoval až do úplného finále a získal největší počet hlasů, se stal vítězem. V roce 2004 se stala vítězkou Aneta Langerová, která obdržela peněžní sumu a smlouvu na vydání alba.

První sérii, Česko hledá Superstar, moderovala dvojice Ladka Něrgešová a Ondřej Brzobohatý. V druhé sérii se vyměnil Ondřej Brzobohatý za Petra Holíka a v roli moderátorky zůstala Ladka Něrgešová. Třetí díl Superstar, a také její inovaci Česko slovenská Superstar moderoval Leoš Mareš.

²⁸ ŠTROBLOVÁ, Soňa, *Film a televize jakou audiovizuální zprostředkování světa*, 1. Vyd., Praha: UJAK, 2009, s. 106-111.

Reality show měla kromě talentovaných soutěžících i ty méně nadané. Tato skupina se pojmenovala jako Hvězdná pěchota. Lidé, kteří byli bez talentu, jejich zpěv se nedal nazývat zpěvem, spadli do této kategorie. Hvězdná pěchota byla založena z důvodu pobavení. Diváci mohli opět hlasovat formou SMS nebo telefonátu a zvolit si tak „generála hvězdné pěchoty“. Prvním generálem se stala Anna Gleisnerová s nezapomenutelnou písní „Thank you“ od zpěvačky Dido.

První řada soutěže měla nadmíru velkou sledovanost. Sledovalo ji 2,79 milionu diváků. Druhou řadu sledovalo lidí méně. Číslo sledovanosti se pohybovalo kolem 2, 3 milionu diváků, avšak vyhlášení vítěze se rekordně vyšplhalo na neuvěřitelných 2,98 milionu. U třetí série sledovanost kleslo už jen ke 2 milionům.²⁹

Česko slovenská Superstar

Soutěž vychází z původní verze soutěže Pop Idol. V ČR se soutěž poprvé objevila v podobě Česko hledá Superstar. V roce 2009 se soutěž přejmenovala na Česko Slovenská Superstar a jak je z názvu zřejmé, jedná se o pěveckou soutěž dvou zemí. Reality show vysílal TV Nova a televize Markíza. Ke sloučení soutěží došlo kvůli snížení nákladů a zvýšení atraktivity pro diváky.³⁰

Soutěž fungovala na stejném principu jako Česko hledá superstar. Uchazeči procházeli jednotlivými konkursy a bojovali o postup. Hlasování probíralo opět formou SMS a telefonáty. Soutěžící, který ve finále získal nejvíce hlasů, vyhrál. V první sérii se vítězem stal Martin Chodúr, v druhé sérii Lukáš Adamec.

Soutěž se týkala České a Slovenské republiky, a proto byl jeden moderátor z Čech a druhý ze Slovenska. První sérii uváděl Leoš Mareš s Adélou Banášovou, v druhé sérii vystřídala Banášovou Tina.

²⁹ Výsledky průzkumu společnosti ATO- Mediaresearch v publikaci ŠTROBLOVÁ, Soňa, *Film a televize jakou audiovizuální zprostředkování světa*, 1. Vyd., Praha: UJAK, 2009, s. 106-111.

³⁰ *O pořadu*, [online]. [cit. 2012-1-22]. Dostupné z: <http://superstar.cz.nova.cz/clanek/oporadu/oporadu.html>

Obě reality show fungovaly na stejném principu. Lišily se pouze živé přenosy. V první řadě byly živé přenosy vysílány z Bratislavy, druhé už z Prahy.

X factor

X factor je další britskou reality show, která pronikla do České republiky. V ČR byla poprvé uvedena v roce 2004. X factor je pěvecká soutěž, ve které soutěží jak jednotlivci, tak skupiny a dává tak možnost obyčejným lidem s pěveckým talentem stát se hvězdou.

Soutěž hledala celkem 3 talenty. Účastníci se mohli zapsat do skupiny zpěvák nebo zpěvačka od 14-24 let, zpěvák od 25 let bez rozdílu pohlaví a pěvecká skupina.³¹

První sérií probíhající na TV NOVA nás prováděl Leoš Mareš. Vítězem se stal Jiří Zonyga.

První verzi X factoru TV NOVA vysílala v roce 2008 a sledovanost se pohybovala kolem 1,5 milionu diváků. V roce 2011 koupila licenci na X Factor TV Prima a TV JOJ. Za celou reality show zaplatila TV Nova zhruba 170 milionů korun.³²

Superstar a X factor si jsou v mnoha věcech podobné. Jde o pěveckou soutěž, soutěžící procházejí konkursy, diváci hlasují pomocí SMS a telefonátů atd. Podobnost těchto dvou soutěží vedla nakonec ke střetu mezi Simonem Fullerm a Simonem Cowellem. Simon Cowell, známý porotce Pop Idol, uvedl na obrazovku soutěž X factor. Nidko ale netušil, že soutěž vyvolá takový rozruch.

³¹ *Soutěžící*, [online]. [cit. 2012-1-22]. Dostupné z: <http://web.nova.cz/xfactor/?279895e=279948>

³² Výsledky průzkumu společnosti ATO- Mediaresearch v publikaci ŠTROBLOVÁ, Soňa, *Film a televize jakou audiovizuální zprostředkování světa*, 1. Vyd., Praha: UJAK, 2009, s. 106-111.

Simonu Fullerovi, který vlastní práva na soutěž Superstar se nelíbila podobnost a vedl to před soud. Vše se nakonec vyřešilo mimosoudním vyrovnáním.³³

Výměna manželek

Show se odehrává v reálném prostředí s „obyčejnými lidmi“. V hlavních rolích vystupují dvě rodiny, které si na 10 dní vymění manželky. Ty pak po tuto dobu jsou náhradní manželkou a maminkou pro děti ve své dočasné „nové rodině“. Rodiny, které si vymění manželku jsou pečlivě vybírány. Je potřeba, aby byly rodiny rozdílné, měly jiné návyky, potřeby a změna jim prospěla. Nejčastěji se žena s jedním dítětem dostane do rodiny, kde je dětí 5, nebo žena z velkoměsta, zvyklá žít na „vysoké noze“ se dostane na statek do chudší rodiny. Než žena odjede k nové rodině, připraví manuál, ve kterém seznámí „novou maminku“ s pravidly a chodem jejich domácnosti. V manuálu pak „nová manželka“ nalezne harmonogram dne, na jaké kroužky děti chodí, co se v domácnosti vaří, o co vše je potřeba se postarat a zařídit, většinou „nová maminka“ dostane i za úkol jít si zacvičit nebo na kafe s kamarádkami. Druhá část výměny se řídí už podle „nové paní domu“. „Nová manželka“ sleduje celý týden chod rodiny a právě v druhé polovině pobytu se může ke všemu vyjádřit a nastolit si tak svá pravidla, která rodině mohou pomoci. Většina nových pravidel se týká dětí. „Nová maminka“ chce, aby rodina trávila více času spolu, nebo aby se více věnovali dětem, neupřednostňovali jedno dítě před druhým, nebo naopak nezvladatelné dítě chtějí usměrnit. Samozřejmě se řeší i chod domácnosti a vztah mezi manželi. Reality show končí po 10 dnech, kdy se oba páry sejdou a vymění si poznatky a doporučení. Konec dopadá jak dobře, tak špatně. Některé rodiny jsou rádi za zpětnou vazbu a vezmou si to k srdci. Některé rodiny se dokonce i po skončení soutěže navštěvují. Také se ale stává, že rodiny se nepohodnou, nepřijmou připomínky od druhých a rozejdou se ve zlém.

³³ MAGRATH, Andrea, *Simon Fuller vs The X Factor Part Two: American Idol creator suing network over Cowell's rival reality show*, [online]. 20.7.2011 [cit. 2012-2-23]. Dostupné z: <http://www.dailymail.co.uk/tvshowbiz/article-2016967/X-Factor-Vs-Simon-Fuller-American-Idol-creator-suing-Fox-Cowells-rival-show.html>

Sledovanost reality show Výměny manželek byla v České republice poměrně velká. První řada se vyšplhala na 1,76 milionu diváků. Druhá řada byla o něco úspěšnější, sledovanost se pohybovala kolem 1, 95 milionu diváků, ale třetí řada klesla na přibližné číslo jako první řada.³⁴

Reality show byla kritizována z pohledu psychologů. Děti, které byly do soutěže zataženy, si tak prožívaly těžké období. Byly vystavěny velké psychické zátěži a změně. Hlavně děti v předškolním věku, nesou těžce odloučení od matky. Nového člena špatně přijímají, neberou ho jako autoritu a chtějí pouze svojí matku. V této soutěži je více než důležité, aby měl otec u dětí autoritu, vycházel s nimi a byl jim oporou při dočasné nepřítomnosti jejich maminky. Vhodné prostředí jim pomůže překonat těžké období.

Chůva v akci

Celá reality show je založena na týdenním intervalu. Za tuto dobu sledují televizní kamery život rodiny. Nejde zde o výhru ale o pomoc, kterou jim chůva poskytne. Když chůva dorazí do rodiny, pozoruje chování jak rodičů, tak dětí a snaží se jim dát rady, poukázat na to, jak s dítětem jednat, co mu dovolit a co ne, jaké by měly být hranice, motivace dítěte a nakonec dospět k tomu, jak správně vychovávat.

Chůva v akci nedosáhla nikdy tak velké sledovanosti jako například Česko hledá Superstar, ale i přesto nebyla sledovanost malá. První řada byla nejsledovanější a pohybovala se kolem 950 tisíc diváků, druhá řada poklesla už jen na 600 tisíc diváků.³⁵

³⁴ Výsledky průzkumu společnosti ATO- Mediaresearch v publikaci ŠTROBLOVÁ, Soňa, *Film a televize jakou audiovizuální zprostředkování světa*, 1. Vyd., Praha: UJAK, 2009, s. 106-111.

³⁵ Výsledky průzkumu společnosti ATO- Mediaresearch v publikaci ŠTROBLOVÁ, Soňa, *Film a televize jakou audiovizuální zprostředkování světa*, 1. Vyd., Praha: UJAK, 2009, s. 106-111.

Vyvolení

Reality show Vyvolení znamenala pro televizi Prima trefa do černého. Měla velmi vysokou sledovanost a televizi tak přivedla mnoho nových diváků. Celá show se odehrávala v „umělém prostředí“, ve vile. Účastníci, kteří byli vybráni, se umístili do vily, ve které bylo umístěno mnoho kamer a mikrofonů. Kamery byly jak viditelné, tak skryté za zrcadly a pozorovaly koloběh života ve vile. Jelikož lidé ve vile byli izolovaní od světa, mohli jsme být častými svědky vypjatých situacích. Lidé ve vile během dne plnili různé úkoly, po kterých je pak čekala večerní zábava. Záběry z celého dne se sestříhaly a předložily nám divákům. Ze záběrů jsme mohli vidět, jak soutěžící plní různé úkoly, jaké mají rozpory a proč se hádají, kdo se vzájemně přitahuje, kdo je sobecký a „podrazák“. Kdo se však chtěl dozvědět největší pikantnosti, musel si počkat na večer. Po 22,00 se v nočním vysílání zveřejňovaly záběry ze sprchy, záběry milenců ze sauny ale i bujaré večírky.

Soutěžící, který vydrží ve vile nejdéle, dostane tedy nejvíce hlasů od diváků, se stane vítězem. Výherní cena je v podobě peněžní částky a také získání popularity.

První řadou nás prováděla Tereza Pergnerová, kterou jsme vidali při volbě, zúčtování, duelu a ve finále. Noční show nás prováděl Libor Bouček a Iva Kubelková. O publikum při duelech a ve finále se staral Vlastimil Korec. Nejen moderátoři jsou ikonou první řady Vyvolených. Své místo zde zaujímá také první vítěz této reality show Vladko Dobrovodský. Druhé místo si vybojoval Jindřich Hovorka.³⁶

Sledovanost Vyvolených se pohybovala ve vysokých číslech. Porazila konkurenční soutěž vysílanou televizí Nova Big Brother. První řadu sledovalo

³⁶ LIDOVKY.CZ, *Vyvolení: Vyhrál Vladko!* [online]. 12.12.2005 [cit. 2011-12-28]. Dostupné z: http://relax.lidovky.cz/vyvoleni-vyhral-vladko-0vb-/ln-zajimavosti.asp?c=A051212_085823ln_zabava_jel

1,5 milionu diváků, druhá řada se pohybovala kolem 826 000 diváků, třetí řada zaznamenala největší pokles a to na 650 tisíc diváků.³⁷

Big Brother

Big Brother a Vyvolení jsou dvě reality show, které bychom mohli považovat za „bratry“. Big Brother, tak jako soutěž Vyvolení, se odehrává ve vile. Kandidáti jsou umístěni do vily, která je pod dozorem kamer. Kamery jsou neustále v provozu a sledují soutěžící po celý den. Nejzajímavější činnosti, které jsou v daný den konány, jsou shrnuty do záběrů a vysílány divákům.

Při výběru názvu této reality show se tvůrci inspiroval u Geoga Orwella. Orwellův román „1984“ symbolizuje dohled státní moci nad životem každého člověka. Dohled je všudypřítomný a nikdo mu neunikne.³⁸

Sledovanost Big Brotheru, vysílaného na Nově, měla menší sledovanost než Vyvolení. Mohlo tomu přičinit rozhodnutí TV Prima, začít vysílat reality show Vyvolení o týden dřív. To, co je nové a první vždy zaujme diváky více, a proto mohla sledovanost Big Brotheru z tohoto důvodu poklesnout. Zmiňovaná sledovanost se pohybovala kolem 1,15 milionu diváků.³⁹

Trosečník

Poprvé byla tato reality show viděna ve Švédsku. Největší úspěch a rozkvět však zaznamenala až po odvysílání v americké televizi CBS v roce 2001. Od té doby se soutěž rozšířila do mnoha zemí.⁴⁰

³⁷ Výsledky průzkumu společnosti ATO- Mediaresearch v publikaci ŠTROBLOVÁ, Soňa, *Film a televize jakou audiovizuální zprostředkování světa*, 1. Vyd., Praha: UJAK, 2009, s. 106-111.

³⁸ ŠTROBLOVÁ, Soňa, *Film a televize jakou audiovizuální zprostředkování světa*, 1. Vyd., Praha: UJAK, 2009, s. 106.

³⁹ Výsledky průzkumu společnosti ATO- Mediaresearch v publikaci ŠTROBLOVÁ, Soňa, *Film a televize jakou audiovizuální zprostředkování světa*, 1. Vyd., Praha: UJAK, 2009, s. 106-111.

⁴⁰ ŠTROBLOVÁ, Soňa, *Film a televize jakou audiovizuální zprostředkování světa*, 1. Vyd., Praha: UJAK, 2009, s. 106.

Celou soutěží nás provázel Marek Vašut a jeho 16 svěřenců. Soutěžící byli vysazeni na Perlových ostrovech, kde měli strávit celý měsíc. 16 kandidátů se rozdělilo na dvě skupiny, které mezi sebou soutěžili. Skupiny žily odděleně, potkávaly se jen při plnění úkolů. Družstvo, které prohrálo, muselo vždy jednoho člena vyloučit na kmenové poradě. Když zbývalo už jen 10 soutěžících, stmelili se do jednoho týmu a přemístili se na jiný ostrov. Zde už soutěžil každý jednotlivce sám za sebe. Vítězkou se stala prodavačka rehabilitačních pomůcek Ingrid Golasová.⁴¹

Soutěž se odehrávala v nepříznivých podmínkách. Účastníci byli vystaveni velké fyzické a psychické zátěži a ne každý, to dokázal překonat. Povolená byla pouze jedna věc, kterou si mohl každý soutěžící vzít na ostrov. Ostatní věci, jako lepší jídlo nebo vybavení se dalo vybojovat v soutěžích.

Ve světě se Trosečník velmi ujal a měl vysokou sledovanost. U nás tomu tak nebylo. Sledovanost dosáhla na pouhých 550 tisíc diváků. Výsledek sledovanosti mohl ovlivnit výběr moderátora, který nepůsobil zrovna přesvědčivě, ale také výběr soutěžících, kteří nebyli nejlepším vzorkem. Lidé v soutěži pocházeli z dobrých životních podmínek a výhra pro ně nebyla zas tak důležitá.⁴²

Star Dance... když hvězdy tančí

Pořad poprvé odvysílala britská televizní stanice BBC ve formě Strictly Come Dancing. U nás se StarDance objevila v roce 2006 a od té doby odvysílala již čtyři série.⁴³

StarDance je show zabývající se tancem. Během soutěže se nám představí 8 tanečních párů. V každé dvojici je vždy jeden profesionální tanečník a celebrita. V každém kole se taneční pár představí s novým tancem. Za celou soutěž

⁴¹ *Vítězka reality show Trosečník: Manžel je teď na mě pyšný!* [online]. 6.1.2008 [cit. 2011-12-28]. Dostupné z: <http://www.trosecnik-tv.cz/vitezka-reality-show-trosecnik-manzel-je-ted-na-me-py-sny-69>

⁴² Výsledky průzkumu společnosti ATO- Mediaresearch v publikaci ŠTROBLOVÁ, Soňa, *Film a televize jakou audiovizuální zprostředkování světa*, 1. Vyd., Praha: UJAK, 2009, s. 106-111.

⁴³ ŠTROBLOVÁ, Soňa, *Film a televize jakou audiovizuální zprostředkování světa*, 1. Vyd., Praha: UJAK, 2009, s. 106.

si soutěžící musí odtančit jak tance latinskoamerické, tak standardní. Pár, který v daném kole získá nejméně bodů, vypadává.

Vítězným párem první série se stala dvojice Roman Vojtek a Kristýna Coufalová. Získali tak titul krále a královny tanečního parketu a vítěznou trofej. Komentáře k jednotlivým vystoupením jsme mohli slyšet od porotce a šéfa baletu Národního divadla, Vlastimila Harapese, skladatele a hudebníka Michaela Kocába, tanečního porotce Zdeňka Chlopčika a trojnásobné mistryně světa v latinsko amerických tancích Evy Bartuňkové.⁴⁴

Celou první řadou nás prováděli moderátoři Marek Eben a Tereza Kostková.

Sledovanost reality show se v první a druhé sérii pohybovala kolem 1,9 milionu diváků. Soutěž tak přivedla ČT 1 mnoho nových diváků.⁴⁵

Bailando

Soutěž pochází z Mexika, kde také slavila velký úspěch. Obdobně, jako v soutěži StarDance, se jedná o tanec. Bailando kromě prvků reality show se zabývá charitou. Dvojice, kterou tvoří vždy populární osobnost a „obyčejný člověk“, se snaží svým tancem splnit někomu sen Každý soutěží má někoho, kdo potřebuje pomoc. Ať už se jedná o postiženého sourozence, souseda na vozíku nebo hladovějící děti v Africe. Televize Nova pak vítězi splní jeho sen a pomůže „vyvolenému“.⁴⁶

⁴⁴ *Králem a královnou tanečního parketu se stal Roman Vojtek a Kristýna Coufalová* [online]. 23.12.2006 [cit. 2011-12-30]. Dostupné z <http://www.ceskatelevize.cz/porady/10120511902-stardance/20752216044-stardance-story/?vso=novinky%2F036>

⁴⁵ Výsledky průzkumu společnosti ATO- Mediaresearch v publikaci ŠTROBLOVÁ, Soňa, *Film a televize jakou audiovizuální zprostředkování světa*, 1. Vyd., Praha: UJAK, 2009, s. 106-111.

⁴⁶ *Byla jedna soutěž a jmenovala se Bailando* [online]. 20.4.2007 [cit.2012-1-2.]. Dostupné z: http://aktualne.centrum.cz/kultura/televize/clanek_phtml?id=404516

Z castingů se vybralo nakonec 8 jedinců, kteří dostali možnost vybojovat svůj sen „pro druhé“. Tyto soutěžící pak doprovodili celebrity jako Lucie Borhyová, Adéla Gondíková, Jiří Mádl a Richard Tesařík. Páry jsou po každém tanci hodnoceny odbornou porotou, ve které zasedli muzikálový režisér Jozef Bednárík, choreograf a tanečník Jan Bursa, choreograf Josef Prouza a tanečnice Petra Kostovčíková. Porota na konci každého dílu vybrala 2 nejslabší páry a předala je do rukou diváků. Ti pak svým hlasováním vybrali pár, který postoupil. Celou reality show nás provázel Dalibor Gondík a Kristýna Kloubková.⁴⁷

Sledovanost *Bailanda* se pohybovala kolem 1,4 milionu diváků.⁴⁸

Vem si mě

Jak už název vypovídá, hlavním cílem soutěže je oženit movitého muže s atraktivní a sympatickou dívkou. Na začátku soutěže se představí 20 dívek, které prošly konkurzy a budou se tak během celé soutěže ucházet o „vyvoleného muže“. Hlavní hrdina soutěže, movitý muž, se snaží během celé soutěže dívky poznat, ať už při hromadné večeři, nebo při setkání ve dvou. Dívky si užívají luxusu, který mají na celých 8 týdnů k dispozici. Ubytování mají v luxusní vile, navštěvují lukrativní místa v zahraničí, zúčastňují se luxusních večeří. Většina ze soutěžících navštíví místa a zažívá krásné zážitky, které by si z finančních důvodů nemohly dovolit.

V každém díle musí nastat i vyřazování, které se nazývá Obřad růží. Dívky, které si muž vybere, aby zůstaly, obdrží jednu růži. Ta jim zajistí postup do dalšího kola. Slečna, která zůstane bez růže samozřejmě odchází ze soutěže. V předposledním dílu reality show si muž vybere z finálové dvojice jednu dívku,

⁴⁷ *Byla jedna soutěž a jmenovala se Bailando* [online]. 20.4.2007 [cit. 2012-1-2.]. Dostupné z <http://aktualne.centrum.cz/kultura/televize/clanek.phtml?id=404516>

⁴⁸ Výsledky průzkumu společnosti ATO- Mediaresearch v publikaci ŠTROBLOVÁ, Soňa, *Film a televize jakou audiovizuální zprostředkování světa*, 1. Vyd., Praha: UJAK, 2009, s. 106-111.

kteřá obdrží zásznbuńí prsten. To, jestli se vezmou, prozradí v zázvěrečném díle pořadu.⁴⁹

Osoby, které hrají v reality show „Vem si mě“ důležitou roli jsou moderátor Mázio Kubeč, Hlavní hrdina soutěže milionář Michal Červín a 20 soutěžících dívek. Vítězkou soutěže se stala Barbora Kautmanová.⁵⁰

Sledovanost této reality show se pohybovala kolem 1,3 milionu diváků.⁵¹

Milionový pár

Reality show pochází od českých tvůrců. Soutěž má za úkol divákům představit skutečné životy soutěžících a hodnoty mladé generace. Cílem reality show je vytvořit ze 12 mužů a 12 žen pár. Pokud u dvojice dojde do půl roku ke svatbě, získají půl milionu. Druhou část peněz, také půl milionu korun pár obdrží, pokud spolu vydrží rok.⁵²

Výhru však nikdo neobdržel. Reality show byla skončena již po čtvrtém odvysílaném díle. Tuto skutečnost způsobila zpráva o Ester Ládové, která se živila jako pornoherčka. Později k této činnosti se připojili další soutěžící této reality show. Televize Nova chtěla poukázat na skutečné hodnoty a život lidí kolem nás, ale když měla poukazovat životní styl soutěžících, který je spojen se sexem, rozhodla se tuto soutěž zastavit.⁵³

Sledovanost s každým dílem klesala. První díl sledovalo 1, 6 milionu diváků. Druhý díl se pohyboval kolem 1,45 milionu a třetí díl skončil

⁴⁹ *Vem si mě- boj o srdce milionáře začíná* [online]. 17.8.2007 [cit. 2012-1-2.]. Dostupné z <http://www.chytrazena.cz/spolecnost/novinky/vem-si-me-boj-o-srdce-milionare-zacina-1185.html>

⁵⁰ *Vem si mě- boj o srdce milionáře začíná* [online]. 17.8.2007 [cit. 2012-1-2.]. Dostupné z <http://www.chytrazena.cz/spolecnost/novinky/vem-si-me-boj-o-srdce-milionare-zacina-1185.html>

⁵¹ Výsledky průzkumu společnosti ATO- Mediaresearch v publikaci ŠTROBLOVÁ, Soňa, *Film a televize jakou audiovizuální zprostředkování světa*, 1. Vyd., Praha: UJAK, 2009, s. 106-111.

⁵² *Nova zrušila Milionový pár* [online]. 8.10.2004 [cit. 2012-1-3.]. Dostupné z <http://www.novin.cz/koktejl/41505-nova-zrusila-milionovy-par.html>

⁵³ *Nova zrušila Milionový pár* [online]. 8.10.2004 [cit. 2012-1-3.]. Dostupné z <http://www.novin.cz/koktejl/41505-nova-zrusila-milionovy-par.html>

u sledovanost 1, 15 milionu diváků. Největšího propadu dosáhl díl čtvrtý, který nepřekročil hranici milionu.⁵⁴

Jste to, co jíte

Soutěž „Jste to, co jíte“ můžeme vídat na televizi Prima. Pořadem nás provází doktorka Kateřina Cajthamlová a přední český odborník na výživu Petr Havlíček.⁵⁵

V reality show nejde pouze o kila, s kterými mnoho lidí bojuje. Pokud chce člověk opravdu zhubnout, je nejen potřeba upravit jídelníček a začít cvičit, ale také být na tak velkou změnu psychicky připravený, mít silnou vůli a vynaložit nemálo snahy na změnu životního stylu. O všech těchto nepřímo souvisejících aspektech týkajících se hubnutí, se soutěžící radí s Kateřinou a Petrem.

Soutěžící jsou stále pod kontrolou odborníků, ale i pod kontrolou příbuzných, kteří se je snaží nachytat na dortě. Doktorka Kateřina Cajthamlová také ráda provozuje „přepadávky“ u soutěžících doma, nebo na večeri a kontroluje stravování soutěžícího.

V ČR je soutěž oblíbená. Diváci se ztotožňují se soutěžícími, ale také získávají sebevědomí k tomu, aby se ke změně také konečně rozhoupali. „Když to dokázali oni, proč ne já“.

Sledovanost daného pořadu se pohybuje okolo 730 tisíc diváků.⁵⁶

⁵⁴ Výsledky průzkumu společnosti ATO- Mediaresearch v publikaci ŠTROBLOVÁ, Soňa, *Film a televize jakou audiovizuální zprostředkování světa*, 1. Vyd., Praha: UJAK, 2009, s. 106-111.

⁵⁵ *Jste to, co jíte*. [online]. [cit. 2012-1-2.]. Dostupné z <http://www.iprima.cz/porady/jste-co-jite>

⁵⁶ Výsledky průzkumu společnosti ATO- Mediaresearch v publikaci ŠTROBLOVÁ, Soňa, *Film a televize jakou audiovizuální zprostředkování světa*, 1. Vyd., Praha: UJAK, 2009, s. 106-111.

Pošta pro tebe

Jedná se o reality show s prvky talk show. Tato soutěž se zaměřuje hlavně na emoce. V jednotlivých dílech můžeme vidět děti hledající rodiče, rodinné usmíření, nalezení dávno ztraceného příbuzného nebo i ztracené lásky, splnění tajných snů ale i poděkování za záchranu života mnoha dětí, jako to udělal kdysi Nicolas Winton.

Oproti jiným typům reality show, jsou v tomto pořadu emoce velmi viditelné. Příběhy jsou z počátku smutné, jde o nepříjemnou minulost, ale pokud se podaří nalézt určitého člověka, kterého účinkující hledá, stane se příběh hned veselejším.

Pošta pro tebe je diváky velmi oblíbená show. Je to typ pořadu, u kterého si lidé pobřečí, uvědomí, jak je důležité mít kolem sebe svoje blízké a jaké by to bylo, kdyby je ztratili.

Pořadem nás celý večer provází moderátorka Ester Janečková, která se nachází ve studiu s účastníky reality show. Důležitou osobou celého pořadu je také pošťák Ondra, který se snaží podle indície, najít dotyčnou osobu. Pokud se hledaná osoba nalezne, je pozvaná do studia na setkání s účinkujícím. Neví však, kdo ji do studia pozval. Také se stává, že se dotyčný nenajde. V této chvíli se pokouší pošťák Ondra zjistit aslepoň adresu hledaného jedince, případně informace o něm.

Pošta pro tebe je velmi oblíbeným pořadem a o tom svědčí i její sledovanost. Průměrná sledovanost se pohybuje okolo 950 tisíc diváků.⁵⁷

⁵⁷ Výsledky průzkumu společnosti ATO- Mediaresearch v publikaci ŠTROBLOVÁ, Soňa, *Film a televize jakou audiovizuální zprostředkování světa*, 1. Vyd., Praha: UJAK, 2009, s. 106-111.

Jak se staví sen

Setkáváme se tu s jiným typem reality show, než na který jsme zvyklí. V této soutěži nepotřebujete mít pěvecký talent, ani nezískáte popularitu. Cena pro vítěze, který bude vybrán, je rekonstrukce bytu nebo domu.

Vybraní uchazeči předají načas svoje obydlí do rukou odborníků. Ti se skládají ze čtyřčlenného týmu, který se dělí na dvě party. Majitel bytu nebo domu vyřkne jeho představu, jak by rekonstruovaný byt měl vypadat, ale také nemusí. Architekti a designéři mají rádi volnou ruku. Tým profesionálů je při rekonstrukci natáčen a poukazuje na praktické rady, jak využít malé prostory, jak zvětšit opticky místnost, jak umístit postele v dětském pokoji, a tím slouží jako rádce divákům, kteří se chystají k rekonstrukci svého bytu.

Když je rekonstrukce hotová, přichází předávání bytu. U předání hotového bytu je vždy přítomný moderátor TV Prima Pavel Cejnar, tým odborníků a vybraná celebrita, která se také zapojila do obnovy bytu. Majitelé projdou papírovými dveřmi a pak už sledujeme pouze jejich reakce, samozřejmě pozitivní.

Jak se staví sen se vyšplhal na sledovanost okolo 630 tisíc diváků.⁵⁸

Přes nový práh

Česká televize, na které tato reality show probíhá, nám pomáhá se zorientovat v různých oblastech, které se týkají bydlení. Hlavní roli zde hrají realitní a finanční makléři. Ti učí diváka, na co se zaměřit při výběru bytu nebo domu, jak si správně vybrat finanční prostředky na nemovitost, také jak si zkontrolovat smlouvu, jestli obnáší údaje na kterých jste se domluvili. Je toho mnoho, na co si dát pozor, a proto není na škodu se poradit s odborníkem. Stále častěji v televizi vidíme případy, kdy si klient nepřečte smlouvu a podepíše něco, o čem ani neví, nebo si koupí nemovitost, aniž by si ji prohlédl a na vše se zeptal.

⁵⁸ Výsledky průzkumu společnosti ATO- Mediaresearch v publikaci ŠTROBLOVÁ, Soňa, *Film a televize jakou audiovizuální zprostředkování světa*, 1. Vyd., Praha: UJAK, 2009, s. 106-111.

Od toho tu jsou odborníci, kteří rádi pomohou a nabídnou vám tři rozdílné varianty bydlení.

Pořadem nás po celou dobu provází moderátor Petr Lesák. Pořad si vede podobně jako příbuzný pořad Jak se staví sen. Jeho sledovanost se pohybuje okolo 600 tisíc diváků.⁵⁹

⁵⁹ Výsledky průzkumu společnosti ATO- Mediaresearch v publikaci ŠTROBLOVÁ, Soňa, *Film a televize jakou audiovizuální zprostředkování světa*, 1. Vyd., Praha: UJAK, 2009, s. 106-111.

8. Vliv reality show na psychiku

8.1 Televizní etapy

Aby mohla vzniknout reality show, musela se zrodit éra archeotelevize, neotelevize a nakonec posttelevize. O těchto fázích dějin televize se zmiňuje ve své knize Eco Umberto. První fáze, zvaná archeotelevize, se podle Eca objevila před osmdesáti lety. V této době se do televize dostal pouze člověk se zásluhami. „Obyčejný člověk“ se před obrazovkou neobjevil. Jedinec, který byl významnou osobou, nebo dosáhl úspěchu se na vstup do televize musel vždy pořádně připravit. Do vysílání se vpouštělo jen v nedělních šatech s kravatou, také vyjadřovací schopnosti dotyčného musely být na velmi vysoké úrovni. Lidé museli vystupovat kultivovaně a mluvit spisovně. V archeotelevizi se objevovali jenom ti nejlepší.⁶⁰

Po této fázi přichází na řadu neotelevize. Ve Francii byla uvedena v osmdesátých letech. Neotelevize se od archeotelevize liší hlavně v lidech, kteří se objevují v televizi. Už není potřeba něčím vynikat, být významnou osobou, stačí být „obyčejný člověk“. Televize už nevysílala pouze odborné pořady, ale začala se zabývat i soutěžemi. Pomocí této formy pořadů se otevřela možnost veřejnosti prezentovat se v televizi. Stačilo být přirozený. Nikde nebyla podmínka mluvit spisovně, dokonce mírná nespisovnost byla vítaná. Také oblečení se dočkalo jisté volnosti. Od nedělního oblečení se upustilo a přivítalo se oblečení ležerní a módní. Nikdo striktně nehlídal, v čem vystoupíte před kamery.⁶¹

Jako poslední nastoupila „posttelevize“. Tato éra započala reality show „Loft Story“. Je to obdobná soutěž jako Vyvolení a Big Brother. Zde už soutěžící neprochází pouze televizním pořadem, ale stávají se členy seriálu. Uměle vytvořené prostředí, ve kterém se kandidáti pohybují, k tomu dlouhodobé vysílání seriálů způsobí, že je tato reality show braná jako fikce. Účastníci se už

⁶⁰ ECO, Umberto, *Skeptikové a těšitelé*, 2.vydání, Praha: Argo, 2006.

⁶¹ ECO, Umberto, *Skeptikové a těšitelé*, 2.vydání, Praha: Argo, 2006.

nezúčastňují pouze jednoho pořadu, ale stávají se během vysílání seriálu určitými postavami, které spadají do příběhu.⁶²

Reality show, jak už jsme poukázali výše, nemůže bez televize existovat. Televizor je důležitý zprostředkovatel různých programů, ať už s pozitivními či negativními obsahy. Někteří lidé berou televizi jako pozitivní médium, u kterého si odpočinou a pobaví se. Druhá skupina lidí je opačného názoru. Televize podle nich škodí morálnímu vývoji dítěte, v seriálech je stále více násilí a erotiky. Hlavním hlídačem ve sledovanosti jednotlivých pořadů by měli být rodiče. Jejich úlohou je korigovat pořady, které dětem dovolí sledovat. Také by měli jít dětem příkladem ve výběru pořadů. Pokud rodiče sledují soap opery a reality show, nemohou očekávat od svých potomků, že přilnou k pořadům typu „Otázky Václava Moravce“ a historickým dokumentům.⁶³

Z pohledu psychologie má televize více negativ než pozitiv. Nejčastěji se můžeme setkat s nevhodným obsahem pořadů. V těchto pořadech dominuje násilí, erotika, scény ze zákulisí slavných osobností, vulgarismy atd. Manipulativnost je další nebezpečí hrozící ze strany televize. Nejvíce ohroženou skupinou jsou děti, které nepoznají, kdy se jimi manipulováno. Tyto jevy samozřejmě doprovází pasivita, která vede ke stereotypnímu chování.⁶⁴

8. 2 Násilí a agresivita

V dnešní době násilí zastává první místo v žebříčku nevhodných pořadů. Násilí a agresivitu vidíme v pořadech čím dál častěji. Téma získává na atraktivitě také kvůli dětem, u kterých se pozoruje stále vyšší agrese. K agresivitě dětí přispívají programy typu válečných filmů, kriminálek ale také reality show.

⁶² RAMONET, Ignacio., *Tyranie médií*, 1. Vyd., Praha: Mladá fronta, 2003, s.209-211.

⁶³ TRPIŠOVÁ, D., VACÍNOVÁ, M., *Sociální psychologie*, 1. Vyd., Praha: UJAK, 2007, s. 109-119.

⁶⁴ TRPIŠOVÁ, D., VACÍNOVÁ, M., *Sociální psychologie*, 1. Vyd., Praha: UJAK, 2007, s. 109-119.

Hlavní postavy k dosažení cílů využívají veškeré prostředky. Nebrání se násilí, vydírání ani vulgarismům. Děti, ale i dospělí se s postavami srovnávají a inspirují se jimi.⁶⁵

Inspiraci často nacházíme ve filmech, které jsou převážně nevhodné. Velmi oblíbený film mezi diváky, „Zachraňte vojína Ryana“, byl shledán za nejnásilnější film roku 1998. Ve filmu se objevilo 262 brutálních scén. Lidé, převážně děti, se s hrdiny ztotožňují a chtějí být jako oni. Přebírají jejich vzorce chování a aplikují je na svém okolí. Ve filmu už ale neukazují, že násilí není řešení.⁶⁶

O růstu násilí v televizi se zmiňuje J. Musil: „*Důvod je spatřován v divácké přitažlivosti. Násilí, nehody a smrt vždy připoutávaly pozornost veřejnosti, ať už na obrazovkách, či ve skutečných situacích a mnohdy právě tato dychtivost po něčem zajímavém a netradičním způsobila větší neštěstí, než jaké mohlo z počátku být.*“⁶⁷

Nezávislí odborníci, spolupracující s Kolumbijskou univerzitou, na své studii ukázala teenagery, sledující násilí v televizi více jak hodinu denně, projevovali v dospělosti více násilné sklony než ostatní. Studie prokazují, že kromě biologických vlivů má na zločinnost velký vliv i televizní násilí.⁶⁸

Odborníci specializující se na psychologické působení TV na lidi, upozorňují na nové pořady typu reality show. Tyto pořady mají velkou expanzi, a tím pádem i velký vliv. Na reality show se kritizuje převážně násilí jako u dalších pořadů. S fyzickým násilím se setkáme v pořadu velmi málo. Pokud k němu dojde, uvidíme facku, strkání se, nebo jak dotyčný rozbije ve vzteku nádobí. V show se spíše setkáváme s násilím ve formě nadávek a vulgarismů.

⁶⁵ TRPIŠOVÁ, D., VACÍNOVÁ, M., *Sociální psychologie*, 1. Vyd., Praha: UJAK, 2007, s. 109-119.

⁶⁶ MUSIL, Josef, *Úvod do sociální a masové komunikace*, 2. Vyd., Praha: UJAK, 2008, s. 76.

⁶⁷ MUSIL, Josef, *Elektronická média v informační společnosti*, 2.vyd., Praha: Votobia, 2003, s. 174.

⁶⁸ MUSIL, Josef, *Úvod do sociální a masové komunikace*, 2. Vyd., Praha: UJAK, 2008, s. 76-78.

Ty to dva zástupci násilí jsou však používány velmi hojně. Často jsme svědky hádky, ve které padne více vulgarismů než normálních slov.⁶⁹

Na násilí zobrazované v televizi se můžeme dívat i „pozitivně“. Odborníci na masmédiá se domnívají, že lidé se u televize odpoutávají od všedních starostí dne a krutosti života. Televize se pak pro ně stává jakým si útočištěm. Pokud lidé sledují násilí nebo sex na obrazovce, může to u jednotlivých jedinců pomoci k vybití agrese neškodným způsobem. To, že dotyčný prožije násilí přes obrazovku, může potlačit nebo utlumit jeho násilné sklony v realitě a stává se tak pro společnost méně nebezpečným.⁷⁰

8.3 Erotika

Pořady, které jsou vysílány, zahrnují velké množství násilí. Násilí je stále více doplňováno erotickými prvky. Ty nalezneme převážně v pořadech se zábavnou funkcí. Oproti násilí je erotika v České republice více tolerovaná. Lidé ji nevnímají jako velké zlo a do určité míry ji akceptují. Stížnosti, které byly zaslány Etické komisi pro reklamu, poukazují na to, že diváci kritizují násilí a vulgarismy v pořadech mnohem více než erotiku.⁷¹

Masová kultura bývá často odsuzovaná za odvádění člověka do fiktivního světa. Divák přijímá sdělení pasivně a obrazy erotiky a násilí mu otupují lidské citění. Lidé při sledování pořadů si nevybírají programy kulturně hodnotné, ale vítají oddechové a zábavné programy s prvky erotiky.⁷²

Důležité je rozlišovat erotiku od porna. Erotika se v televizi objevuje až po 22 hodině a pořad bývá označován hvězdičkou nebo diváky upozorňuje na

⁶⁹ TRPIŠOVÁ, D., VACÍNOVÁ, M., *Sociální psychologie*, 1. Vyd., Praha: UJAK, 2007, s. 117-119.

⁷⁰ HAVLÍK, Radomír, *Úvod do sociologie*, 4. Vyd., Praha: Karolinum, 2002, s. 39-40.

⁷¹ TRPIŠOVÁ, D., VACÍNOVÁ, M., *Sociální psychologie*, 1. Vyd., Praha: UJAK, 2007, s. 109-119.

⁷² HAVLÍK, Radomír, *Úvod do sociologie*, 4. Vyd., Praha: Karolinum, 2002, s. 39-40.

nevhodnost pořadu pro děti a mládež. K vyostření situace došlo v Německu. *Zatím nejostřeji zasáhl regulační orgán v Německu v r. 1997 proti vysílání tvrdého porna místo (povolené) erotiky na TV kanálech Premiere a DF1. Z německých televizních kanálů později zmizelo několik populárních pořadů, zabývajících se erotickou tematikou.*⁷³

Reality show a erotika jdou „ruka v ruce“. Nejvíce erotických prvků můžeme vidět u reality show typu Vyvolení a Big Brother. Účastníci jsou uzavřeni ve vile na určitý čas a kromě soutěží a plnění úkolů se vytvářejí vztahy jak kamarádské, tak milenecké. Jsme pak svědky mileneckých hrátek, které často přecházejí až k hranici porna. Soutěžící zapomínají na fakt, že jsou stále pod dohledem kamer a v afektu vášně se odpoutávají od všech morálních zásad. Tím, že televize vysílá sestřihy dvojice ve vířivce, nebo v ložnici, dopřává tak divákům pohled do soukromí soutěžících. Diváci o tuto formu podívané jeví velký zájem, na druhou stranu soutěžící přicházejí o svoji intimitu.

V těchto soutěžích jsme svědky toho, co všechno jsou lidé ochotni obětovat pro peníze. Poukazují na své individualistické chování. Soutěžící se pro výhru zaprodají vypočítavosti, sobeckosti, zradě a bezcitnosti. Svým chováním se snaží zalíbit divákům, kteří rozhodují o jejich postupu. Často diváci volí soutěžící, kteří jsou výbušný, sobečtí a nevychází s ostatními a to z jednoho důvodu, chtějí zábavu. Pokud by daného kandidáta „vyhodili“, přišli by o zdroj konfliktu a reality show by nebyla napínavá.⁷⁴

8. 4 Realita nebo fikce- ztotožnění se s postavou

Velkému riziku jsou vystaveny děti a mládež. Nerozeznávají zdaleka tolik realitu od fikce jako dospělí lidé. Děti, ale i dospělí sledující reality show mají

⁷³ MUSIL, Josef, *Elektronická média v informační společnosti*, 2.vyd., Praha: Votobia, 2003, s. 184.

⁷⁴ TRPIŠOVÁ, D., VACÍNOVÁ, M., *Sociální psychologie*, 1. Vyd., Praha: UJAK, 2007, s. 117-119.

svého favorita, srovnávají se s ním a přijímají jeho vzorce chování. Diváci vnímají jak pozitivní, tak negativní postoje soutěžícího i projevy jeho chování v různých situacích. Neuvědomují si však, že kandidáti jsou uzavřeni v uměle vytvořeném prostředí a tudíž i situace vzniklé ve vile jsou vytvořeny pod tlakem. Nikdo nemůže z vily odejít, zajít si do kavárny nebo vidět se s rodinou. „Ponorková nemoc“ musí někdy během soutěže přijít, tak jako psychické zkratky a abnormální projevy chování. Stále stejní lidé, celý čas spolu, nemáte kousek soukromí. Situace se pak řeší v afektu a pod tlakem. Proto není vhodné se s účastníky reality show srovnávat. Nežijí ve skutečném prostředí jako my.⁷⁵

Jak už jsme uvedli výše, diváci se nejen srovnávají s účastníky soutěže, ale také často s nimi prožívají jejich život. Dochází tak ke ztrátě vlastní identity. O ztrátě identity, sebevědomí a sebejistoty se zmiňuje v Učitelských novinách Marie Nováková. „ Co zasejeme, budeme sklízet. Naším mlčením k podobným realitám vychováváme generaci neznající bratra, ztrácející citlivost, pochopení pro druhé, narážející na dno lásky, která přibližuje sex bez citu, vztahy bez rodin a rodiny bez vztahů. Výměnou za reality show, za trochu pobavení, ztrácíme citlivost, chuť a sílu žít svůj život“.⁷⁶

Není divu, že lidé chtějí prožívat životy svých hrdinů. Podle nich mají dokonalé životy, bez problému, plné úspěchů a lásky. Vždyť takovýto život nám popisuje seriál „Přátelé“. Šest mladých přátel bydlí společně v New Yorku. V seriálu se poukazuje na přátelství, které je pro mladé lidi, kteří opustili svůj domov a snaží si vybudovat vlastní rodinu, to nejdůležitější. Klíčovou roli v seriálu hraje „kanape“. Vše se odehrává kolem něho. Přátelé se zde setkávají po celém dni, probírají všední i nevšední záležitosti dne. Příběhy se točí kolem citových nadějí a zklamání. Když se podíváme na prvky tohoto seriálu, budou

⁷⁵ TRPIŠOVÁ, D., VACÍNOVÁ, M., *Sociální psychologie*, 1. Vyd., Praha: UJAK, 2007, s. 110-119.

⁷⁶ NOVÁKOVÁ, Marie. *Reality show. Realita, která vychovává* [online]. 2005 [cit. 2011-2-5]. Dostupné z: http://www.marienovakova.cz/publikacni_cinnost.htm

nám povědomé. „Přátelé“ se v mnoha věcech shodují s reality show. A však je potřeba rozlišovat realitu od skutečného. Hlavní hrdinové v seriálu „Přátelé“ se řídí scénářem. Jejich reakce na situace jsou předem nacvičené. Toho však není možné u reality show docílit. Soutěžící jednají spontánně, dopředu netuší, jaké situace se z daných okolností vyvinou, ani jak na ně budou později reagovat. Je proto důležité rozlišovat realitu od fikce. Diváci ale i hrdinové seriálu nebo reality show se budou vždy svými postoji a chováním lišit, protože každá skupina lidí se nachází v jiném prostředí a je ovlivňována jinými aspekty.⁷⁷

8.5 Emoce

Emoce jsou psychické procesy, které hodnotí různé skutečnosti, situace a události, průběh a výsledek činnosti jedince. Jsou zvláštními modalitami prožívání (možnými způsoby).⁷⁸

Emoce nás doprovází po celý náš život. Dáváme je najevo na svatbách, při rozvodu nebo na pohřbech. Svě místo zaujímají také u televizních pořadů. Mezi jedny z nejvíce emočních pořadů se řadí reality show.

Z biologického hlediska hrají emoční procesy důležitou roli v systému nervových center, které ovlivňují kognitivní funkce. Avšak emoce z pohledu psychologie ovlivňují vnější projevy jednání a emoční výrazy člověka. Vnější projevy se mění podle situace, ve které se nacházíme. Náš postoj dáváme najevo mimikou, gesty, reakcemi ve stresové situaci, změnou pulzu, tepu, slinění, často se projeví i kolorit kůže. Co se týče emočních výrazů, jsou pro všechny kultury stejné. Výrazy o nás vypovídají, v jakém rozpoložení se zrovna nacházíme. Úsměv, zloba, mračení se, to vše ukazuje na náš postoj v dané situaci.⁷⁹

⁷⁷ RAMONET, Ignacio., *Tyranie médií*, 1. Vyd., Praha: Mladá fronta, 2003, s.206-209.

⁷⁸ FARKOVÁ, Marie, *Vybrané kapitoly z psychologie*, 2. Vyd., Praha: UJAK, 2008, s. 80.

⁷⁹ FARKOVÁ, Marie, *Vybrané kapitoly z psychologie*, 2. Vyd., Praha: UJAK, 2008, s. 79-81.

Emoce jsou ovlivněny mírou temperamentu každého člověka. Hloubka emocí je ovlivněna kultivací člověka. Ta je způsobena rodinou, školou, pracovní skupinou, společenským klimatem. Každý jedinec je do určité míry ovlivněn skupinou, ve které se pohybuje. Proto není možné, aby všichni lidé prožívali stejné emoce ve stejné situaci. Pro někoho může být situace velmi emotivní, na druhé straně se ale potkáme s jedinci, kteří nebudou vykazovat žádné emotivní pochody.⁸⁰

Emoční šok můžeme vidět také v reality show. Šok je nejčastěji způsoben extrémní situací, ve které je použito násilí, utrpení, smrt i žal. Tyto prvky by se v reality show nebo jakékoliv show neměli objevovat, ale je tomu právě naopak. V show Jerryho Springera došlo v pořadu „Setkání soupeřících milenek“ ke vraždě manželovy bývalé ženy. V reality show „Chi l a visto?“ vysílané v Itálii se šestatřicetiletý muž přiznal k vraždě celé své rodiny. Toto odhalení dostalo do šoku 3,7 milionu diváků.⁸¹

⁸⁰ FARKOVÁ, Marie, *Vybrané kapitoly z psychologie*, 2. Vyd., Praha: UJAK, 2008, s. 79-81.

⁸¹ RAMONET, Ignacio., *Tyranie médií*, 1. Vyd., Praha: Mladá fronta, 2003, s.118.

9. Jsme voyeuři?

Lidé sledující televizi jsou pouze pasivními diváky. Diváci ale touží po moci, chtějí být všeho součástí, ovlivňovat výsledky a podílet se na vývoji pořadu. Toto uspokojení jim poskytuje reality show.

Diváci rádi sledují životy cizích lidí a nemusí jít vždy o známé osobnosti. V poslední době diváci upřednostňují příběhy obyčejných lidí. Touží potom vidět mileneckou hádku, rozchod partnerů, hádku, která vyústí až k násilí, muže svěřujícího se partnerce o nevěře, atd.

Reality show se nevyznačuje „normálními scénami“. Situace jsou doplněny slzami, křikem a nadávkami. Tyto jevy zpestřují zájem o reality show a zvyšují její sledovanost.

Reality show by se neobešla bez exhibicionismu a voyeurismu. Voyeurismu, který pojednává o lidské touze po sledování, je základním prvkem reality show. Kdyby lidé nebyli zvědaví a nezajímali je cizí osudy, nikdy by reality show nevznikla.

Předlohou reality show mohl být slavný Hitchcockův film „Okno do dvora“ (1954). Film pojednává o fotoreportérovi Jamesu Stewardovi, který á zlomenou nohu a kvůli jeho omezené hybnosti pobývá stále v bytě. Z nedostatku činností, které by ho oslovily, se rozhodl pozorovat sousedy a jejich chování. Hitchcock o své postavě tvrdí, že je voyeur, tak jako my všichni. Své tvrzení dokazuje na různých příkladech. Jeden z jeho příkladů pojednává o ženě, která se svléká na dvoře. Hitchcock se snaží poukázat na to, že 9 lidí z 10 by se za touto ženou otočili a dívali se na ni. Nikdo je k tomu nenutil, ale oni chtěli.⁸²

Proti voyeurismu stojí touha ukazovat se. Lidé stále častěji ukazují svoje soukromí ostatním lidem a navíc dobrovolně. Touha ukazovat se dosáhla rozkvětu

⁸² RAMONET, Ignacio., *Tyranie médií*, 1. Vyd., Praha: Mladá fronta, 2003, s.200-203.

příchodem internetu. Internet umožňuje umístit webové kamery, které nás sledují a potom zveřejňují obrazy na webové stránky.⁸³

Důkazem toho, že se lidé rádi ukazují, je skupinka pěti studentů žijících v druhém patře domu. Po celém bytě je rozmístěno 40 kamer, které jsou zapnuté 24 hodin, tudíž můžeme tyto studenty sledovat neustále. Lidé se mohou ukazovat i bez pomoci internetu. Tak se zachovala obyvatelé města Rezé, kteří si nechali ve dveřích otočit kukátko. Každý jedinec, který projde kolem, může bez problému nahlédnout do kukátka a pozorovat tak chod rodiny. Neměli bychom opomenout ani intimní deníky, které jsou na internetu šířeny čím dál více. Velmi známým deníkem se stal „Deník své smrti“ jehož autorem je Lu Youging. Když tento realitní makléř zjistil, že má rakovinu žaludku, rozhodl se zbytek života prožít veřejně. Své články s pocity a náladami uveřejňoval na internetu až do svého konce. Poslední příspěvek pro čtenáře zněl takto: „*Odpojuju se. Miluju vás*“.⁸⁴

Dnešní pohled na voyeurismus spojený s reality show je různý. Petr Weiss a Hana Fifková jsou toho názoru, že reality show pro voyeuristy není to samé, co pro nás „obyčejné“ lidi. Soutěžící se totiž sami přihlásí do reality show a souhlasí s tím, že budou sledováni a pod dozorem. Chybí zde prvky strachu z odhalení, které jsou nedílnou součástí voyeurismu. Reality show nejsou to pravé pro tuto specifickou skupinu, avšak pomocí této show mohou alespoň částečně uspokojit své potřeby.⁸⁵

⁸³ RAMONET, Ignacio., *Tyranie médií*, 1. Vyd., Praha: Mladá fronta, 2003, s.201.

⁸⁴ RAMONET, Ignacio., *Tyranie médií*, 1. Vyd., Praha: Mladá fronta, 2003, s.202-203.

⁸⁵ CÍSAŘOVÁ, Pavla. Reality show po česku [online]. 25.11.2005 [cit. 2012-2-28.]. Dostupné z: <http://www.portal.cz/casopisy/pd/ukazky/reality-show-po-cesku/4616/>

10. Publikum

*Publikum je soubor jedinců, kteří soustavně nebo příležitostně užívají média, přičemž se liší stupněm aktivity jako formy odstupe od médií a sklonu k vlastnímu způsobu recepce, tvorbě vlastního výběru a užití mediálních obsahů.*⁸⁶

Chování lidí v publiku vychází z reakce na jeden společný podnět. Lidé se kvůli podnětu střetávají a tvoří si tak psychické vazby. Chování a způsoby reakcí na podněty se u každého jedince liší. Lidé sledující televizi nebo divadlo nejsou jen publikem, ale zároveň jsou členy rodin, páru, politických skupin nebo jakýkoliv jiných skupin. V každé skupině se podněty jinak hodnotí, pohlíží se na ně z mnoha úhlů a vyvozují se závěry. Proto je důležité mít na paměti, že každý jedinec při posuzování, rozhodování nebo vyvozování závěrů je do jisté míry ovlivněn skupinou, se kterou se ztotožňuje.⁸⁷

Publikum dnešní doby a doby před naším letopočtem se poměrně liší. V Antice můžeme pozorovat publikum, které sleduje sportovní klání a hry. Poté přichází knihtisk a vynález písma. V této době se začíná publikum stávat trhem. Nemá však možnost být přímo u zdroje jako v Antice.⁸⁸

V období starověku divák zastával roli pasivního diváka. Dnes tomu již tak není. Divák se může podílet na tzv. vysílání a nemusí jen nečině přihlížet. Například chaty nebo různá diskusní fóra nám tuto možnost umožňují.⁸⁹

Publikum se liší v různých dobách také sociabilitou. Když se vrátíme opět do Antiky, uvidíme velkou míru sociability. Lidé se scházeli za účelem divadla, zápasů a tyto zážitky vstřebávali společně. Vše se změnilo příchodem masmédií. Lidé od té doby mohou vše vstřebávat pomocí novin, rozhlasu a to samotářským

⁸⁶ REIFOVÁ, I. a kolektiv, *Slovník mediální komunikace*, 1. Vyd., Praha: Portál, 2004, s. 197.

⁸⁷ HAVLÍK, Radomír, *Úvod do sociologie*, 4. Vyd., Praha: Karolinum, 2002, s. 37-38.

⁸⁸ HUK, Jaroslav, *Mediální publikum a výzkum veřejného mínění*, 1. Vyd., Praha: UJAK, 2007, s.81-82.

⁸⁹ HUK, Jaroslav, *Mediální publikum a výzkum veřejného mínění*, 1. Vyd., Praha: UJAK, 2007, s.81-82.

způsobem. Už k tomu nepotřebují kolem sebe „hejno“ lidí. Každý jedinec má však možnost využívat média samotářsky nebo sociabilně. Rozhodnutí je pouze na dotyčné osobě.⁹⁰

Co se týče filmu a televize, bavíme se spíše o sociabilitě příjmu sdělení. To, jak je televize důležitá při podpoře rodinné interakce svědčí i rozsáhlé doklady. Televize nám umožňuje účastnit se rodinné sešlosti a být tak její součástí. V mnoho rodinách je televize jediná věc, kde se po celém dnu všichni sejdou a stráví tak společně pár chvil.⁹¹

Někteří diváci sledují pořady nebo seriály s velkým zaujetím, ale pouze je sledují. Druzí se však s osobnostmi v daném pořadu ztotožňují. Tento jev se nazývá „ parasociální interakce“. Pokud se jedná o interakci, divák si představuje sám sebe jako účastníka. Oproti tomu při identifikaci, se divák ztotožňuje s postavou na obrazovce. Pokud se spojí interakce s identifikací, dosáhneme nejvyššího stupně, upoutání.⁹²

Se stavem upoutání se setkáváme v soap opeře. Lidé jsou fiktivními osobami velmi zaujati, stále o nich hovoří, srovnávají se s nimi, někteří dokonce navazují vztahy. Jinak tomu není ani u reality show. Publikum, které je zcela vtaženo do seriálu nebo reality show i po zániku pořadu provozují „posmrtné fankluby“.⁹³

V posledních 40 letech se poukazuje na média, jako prostředek pro řešení sociálních a psychologických problémů. Diváci v nich hledají informace, sociální kontakty, rozptýlení, sociální rozvoj ale i učení. Aby si každý jedinec publika mohl vybrat, je potřeba, aby média byla pestrá a zaměřovala se na různé oblasti. Jedinci, kterým médium pomohlo vyřešit problémy ale i uspokojit potřeby, popisují tuto zkušenost jako velmi kladnou.⁹⁴

⁹⁰ McQUAIL, Denis, *Úvod do teorie masové komunikace*, 1. vyd., Praha: Portál, 1999, s. 339.

⁹¹ McQUAIL, Denis, *Úvod do teorie masové komunikace*, 1. vyd., Praha: Portál, 1999, s. 341.

⁹² McQUAIL, Denis, *Úvod do teorie masové komunikace*, 1. vyd., Praha: Portál, 1999, s. 345-346.

⁹³ McQUAIL, Denis, *Úvod do teorie masové komunikace*, 1. vyd., Praha: Portál, 1999, s. 345-346.

⁹⁴ McQUAIL, Denis, *Úvod do teorie masové komunikace*, 1. vyd., Praha: Portál, 1999, s. 350.

K uspokojení potřeby slouží převážně mediální zábava. Jejím úkolem je přilákat publikum, které získá uspokojení potřeb nebo finanční prospěch. Neměli bychom opomenout ani pozornost, kterou přináší, dále příjemné pocity a rozptýlení. Jiný druh zábavy může přinášet násilí a vzrušení. Tyto prvky nejčastěji nalezneme v soap operách, romantických filmech nebo v reality show. Na výběr obsahu má značný vliv naše momentální nálada. Pokud se zrovna nudíme, vybereme si obsah vzrušující, napínavý. Pokud jsme měli hektický den, dopřejeme si zase něco klidného.

PRAKTICKÁ ČÁST

11. Dotazníkové šetření

Cíl

Cílem bakalářské práce je zjištění, proč lidé věnují značnou část svého volného času sledováním reality show.

Hypotézy

1. Domnívám se, že reality show sleduje velké procento lidí.
2. Domnívám se, že reality show sledují více ženy.
3. Myslím si, že mladí lidé do 26 let tíhnou ke sledování reality show více než lidé ve věku 40 let a více.
4. Myslím si, že jedním z důvodů, proč se lidé dívají na reality show, je možnost sledovat soukromí jiných lidí.

Místo výkonu výzkumu

K získání dat byl použit internet. Dotazník o reality show byl umístěn na webové stránky a odkaz poslán lidem na email a různé sociální sítě. Dotazník se vyplňoval online a odpovědi se automaticky zaznamenaly.

12. Metodika výzkumu

12.1 Způsob sběru dat

Ke sběru dat jsem využila dotazník, který jsem umístila na webové stránky. Vyplnění dotazníku bylo anonymní. Dotazník obsahoval celkem 12 otázek. Ty se týkaly reality show obecně, ale i konkrétně.

Otázky jsem položila tak, abych zjistila, kdo sleduje reality show, z jakého důvodu, co je na daném pořadu láká a jaké typy preferují. Aby odpovědi byly co nejpřesnější, použila jsem otevřené i uzavřené otázky. Otevřené otázky jsem umístila z důvodu velké rozmanitosti jmen soutěžících, které by si mohli lidé vybavit.

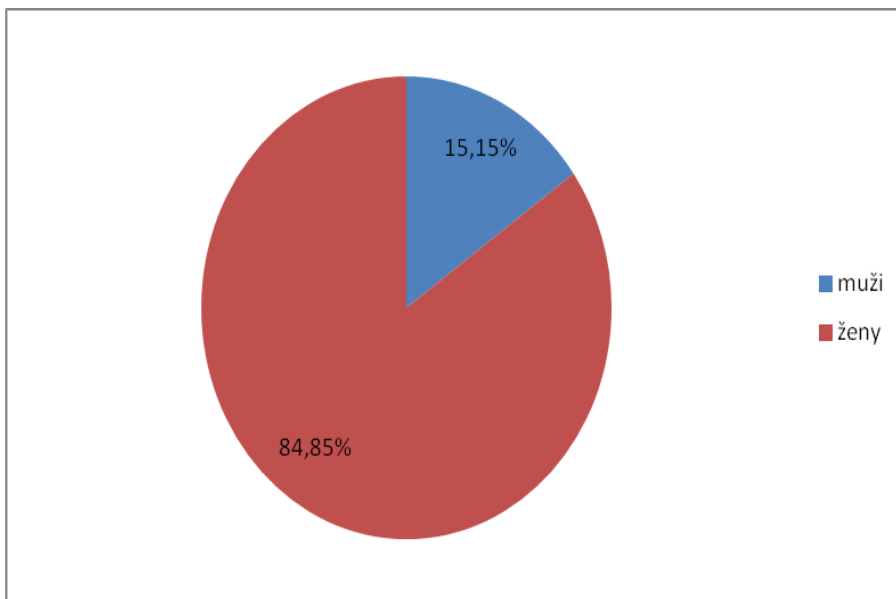
Sběr dat probíhal po dobu 3 týdnů v únoru 2012.

12.2 Složení zkoumaného souboru

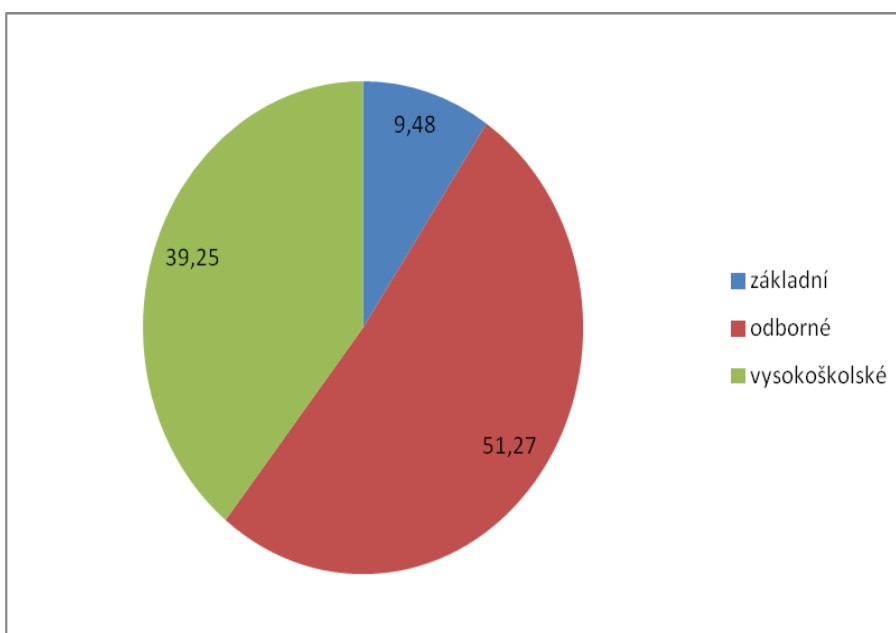
Dotazník byl rozeslán 180 lidem. Zkoumaný soubor čítal však jen 132 lidí. Zbytek jedinců odmítlo dotazník vyplnit, převážně muži. Vzorek lidí byl vybrán náhodně. Jedinci se v dotazníku rozdělili podle pohlaví, také podle dosaženého vzdělání, tj. základní, odborné a vysokoškolské. Vzdělání jsem v dotazníku uvedla z důvodu komplexnosti názorů na reality show. Každý jedinec dosáhl jiného stupně vzdělání, a tím se liší i jeho myšlení, postoje a názory. Do výzkumu jsem chtěla zapojit lidi se všemi typy dosaženého vzdělání, aby se výsledky výzkumu mohly aplikovat na celou populaci u nás a ne pouze na jednu skupinu.

Rozdělení lidí podle pohlaví je uvedeno v grafu 1, rozdíl v dosaženém vzdělání v grafu 2.

Graf 1- Zastoupení mužů a žen v procentech



Graf 2- Zastoupení jednotlivců podle nejvyšší úrovně vzdělání v procentech



13. Vyhodnocení jednotlivých otázek z dotazníku

Otázka č. 1- Jste? (muž, žena)

Otázka byla uzavřená, respondenti si vybrali jednu variantu odpovědi. Otázka byla položena z orientačního hlediska, abychom věděli, jestli se o reality show zajímají více muži nebo ženy. Ze 180 respondentů, kteří byli osloveni, odpovědělo 132 lidí. Zbytek odmítl dotazník vyplnit, protože se o reality show vůbec nezajímají. Převážně to byli muži.

Graf 1- viz. Výše

Otázka č. 2- Nejvyšší dosažené vzdělání? (základní, odborné, vysokoškolské)

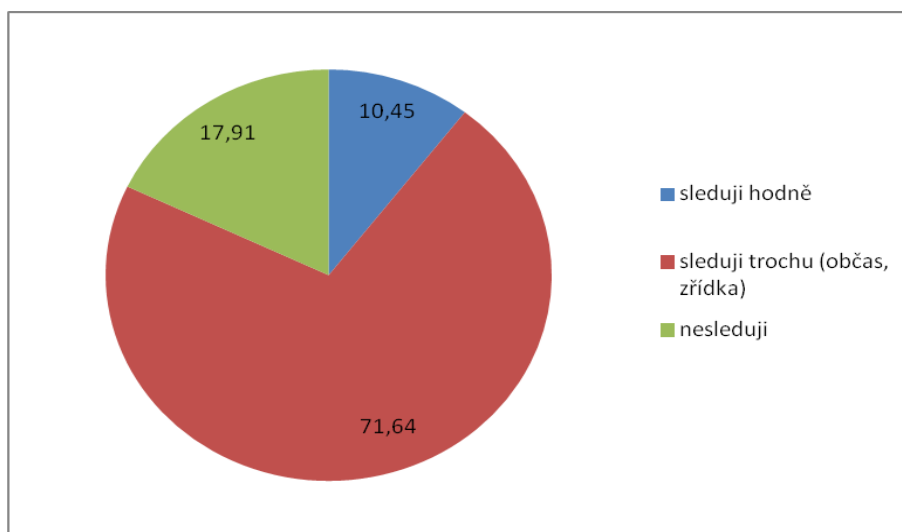
Otázka byla uzavřená. Respondenti si vybrali jednu ze tří možností, která odpovídala skutečnosti. Jelikož zkoumáme sledovanost reality show komplexně, je zapotřebí, aby ve vzorku respondentů byly přítomné všechny skupiny lidí, podle nejvyššího dosaženého vzdělání. Nikdy nedosáhneme toho, aby byly všechny skupiny stejně početné, ale je důležité, aby dotazník vyplnili lidé z různých skupin a ne pouze lidé např. s odborným vzděláním. Pak bychom sledovanost reality show museli pozorovat pouze na jedné skupině respondentů.

Graf 2- viz. Výše

Otázka č. 3- Sledujete české televizní reality show typu Vyvolení, X Factor, Talentmania, atd.?

Otázka byla uzavřená. Cílem otázky je zjištění v jaké míře lidé sledují reality show. Respondenti měli na výběr ze tří možností, kde zvolili jednu možnost, jinak by se odpovědi vylučovaly.

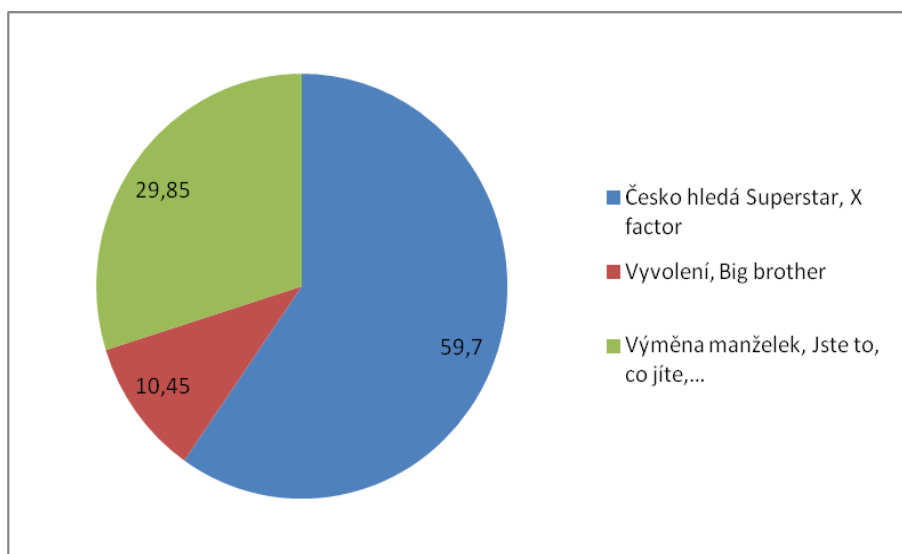
Graf 3- Míra sledovanosti televizních reality show typu Vyvolení, X Factor, Talentmania, atd.



Otázka č. 4- Které typy reality show sledujete nejčastěji?

Otázka byla uzavřená. Respondenti měli možnost vybrat si ze tří odpovědí. Reality show byly rozdělené podle typu- pěvecká soutěž, soutěž společného soužití a ostatní.

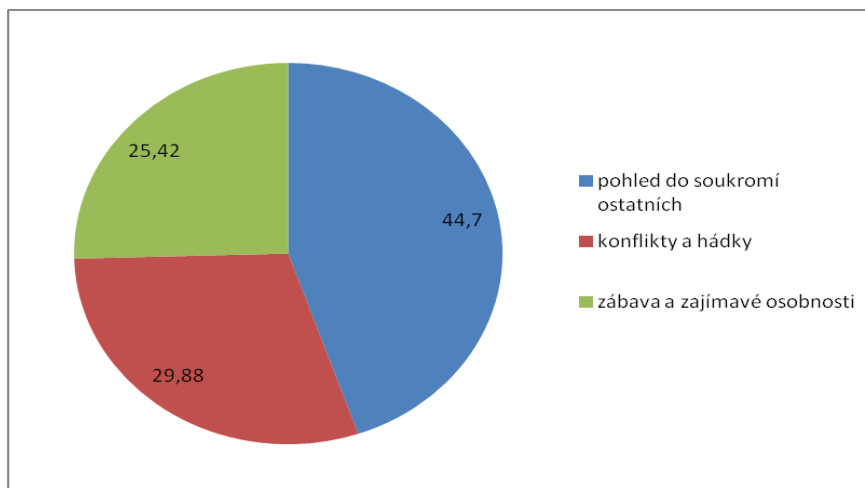
Graf 4- Nejsledovanější typy reality show



Otázka č. 5- Co Vás na reality show láká?

Otázka byla uzavřeného typu. Respondenti měli na výběr ze tří možností. Otázka nebyla limitovaná pouze jednou možnou odpovědí. Pokud respondent souhlasil se všemi nabízenými možnostmi, mohl označit vše.

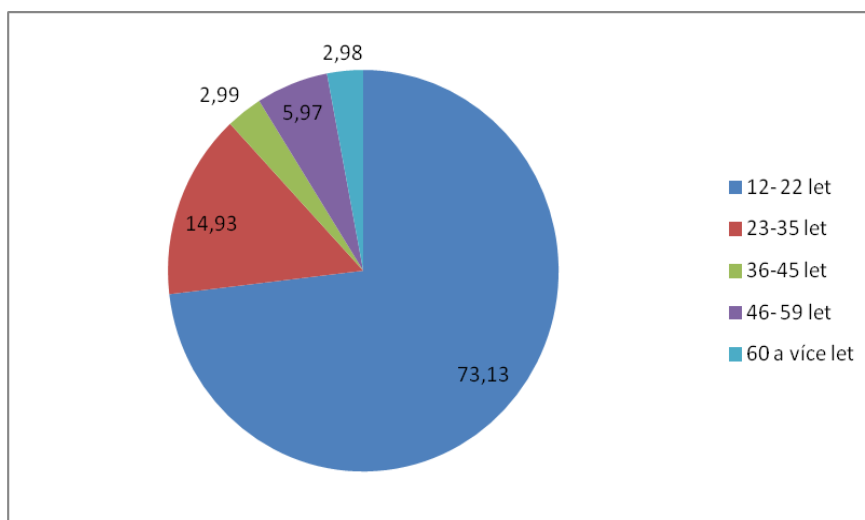
Graf 5- Výčet prvků lákajících diváky ke sledování reality show



Otázka č. 6- Jaká věková skupina podle Vás sleduje nejvíce reality show?

Otázka byla uzavřená. Respondent měl na výběr 5 možností v určitém věkovém rozhraní. Každý zvolil pouze jednu možnost, o které se domníval, že je nejvíce zasažená fenoménem reality show.

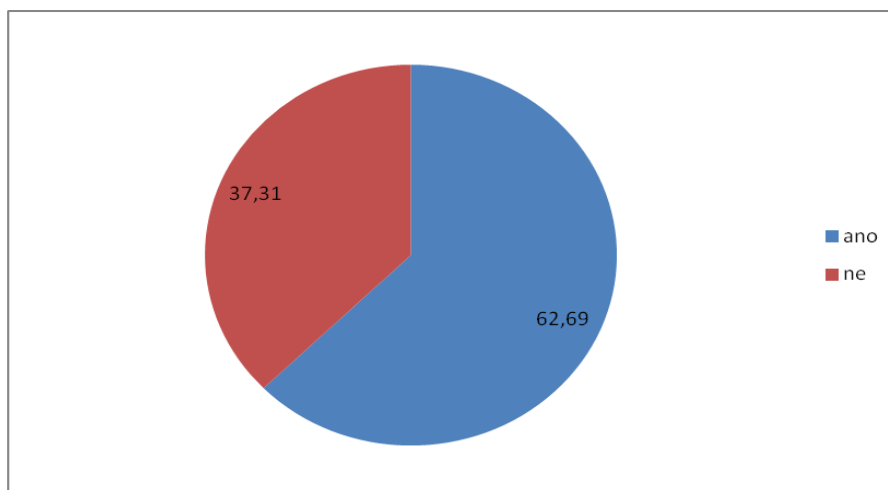
Graf 6- Věkové skupiny sledující reality show



Otázka č. 7- Uvítal/a byste nové typy reality show, např. soutěž mezi podnikateli a jejich návrhů na určitý výrobek a prosazení produktu na trhu?

Otázka 7 byla položena jako uzavřená otázka. Na výběr byla pouze možnost ano/ne. Jedinec mohl zvolit pouze jednu z možností.

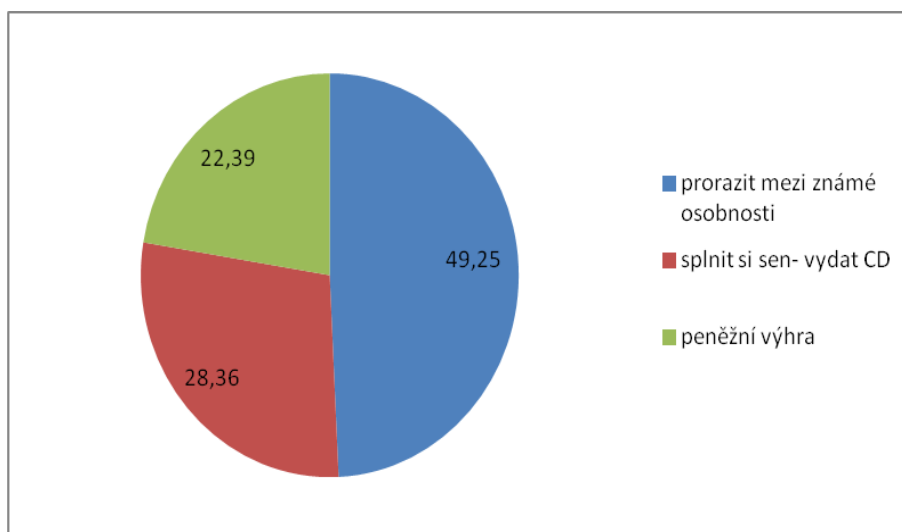
Graf 7- Lidé vítají/nevítají nové typy reality show



Otázka č. 8- Jaký je podle Vás hlavní důvod přihlášení se účastníků do reality show typu Superstar a X Factor?

Otázka byla uzavřená. Respondent mohl vybrat pouze jednu možnost, o které se domníval, že je zásadní. Každý soutěžící, který se do reality show přihlásí, se chce stát slavným, nahrát CD a vyhrát peníze. Otázka byla položena z toho důvodu, abychom zjistili, co diváci pokládají za hlavní důvod přihlášení se do reality show.

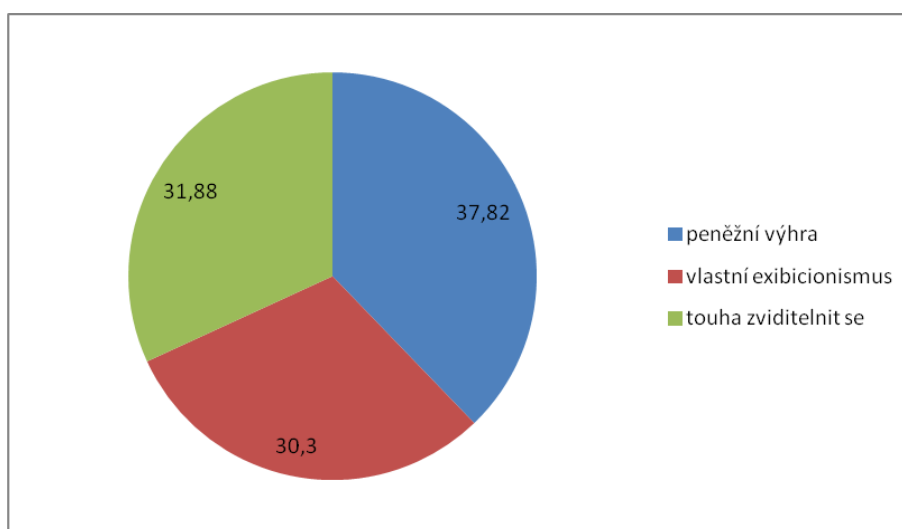
Graf 8- Hlavní důvod přihlášení se účastníků do reality show typu Superstar a X factor



Otázka č. 9- Jaký je podle Vás hlavní důvod přihlášení se účastníků do reality show typu Vyvolení a Big brother?

Otázka byla uzavřená. Respondent vybral opět jednu odpověď, která mu připadala nejdůležitější, tak jako v otázce č. 8.

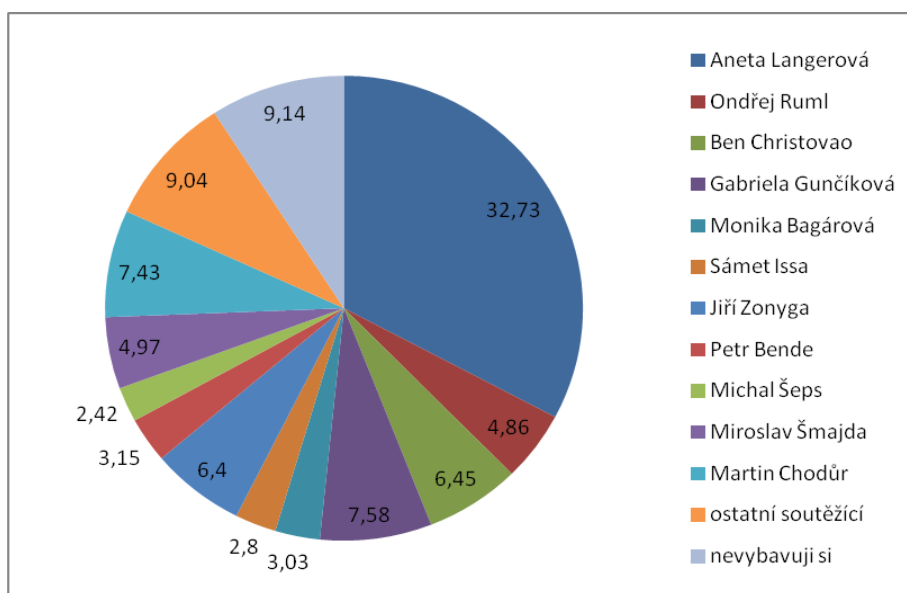
Graf 9- Hlavní důvod přihlášení se účastníků do reality show typu Vyvolení a Big brother



Otázka č. 10- Napište pouze jedno jméno zpěváka/zpěvačky, který Vás nejvíce zaujal v soutěži typu Superstar / X Factor:

Otázka byla otevřená. Z každé reality show vyšlo několik „slavných“ lidí, a tak není reálné si všechny vycházející hvězdy pamatovat. Z tohoto důvodu byla otázka položená jako otevřená, aby se každý jedinec mohl vyjádřit a zaznamenat jména soutěžících, který ho nejvíce oslovil a vryl se mu do paměti.

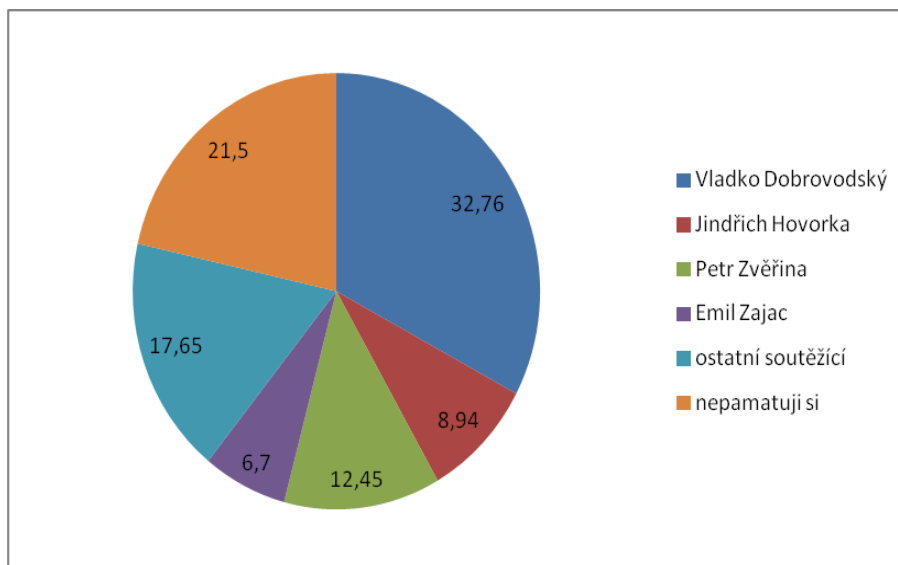
Graf 10- Jméno zpěváka/zpěvačky, který nás zaujal nejvíce v soutěži Superstar/ X Factor



Otázka č. 11- Napište pouze jedno jméno účastníka/účastnice, který Vás nejvíce zaujal v show typu Vyvolení / Big Brother.

viz. Otázka č. 11

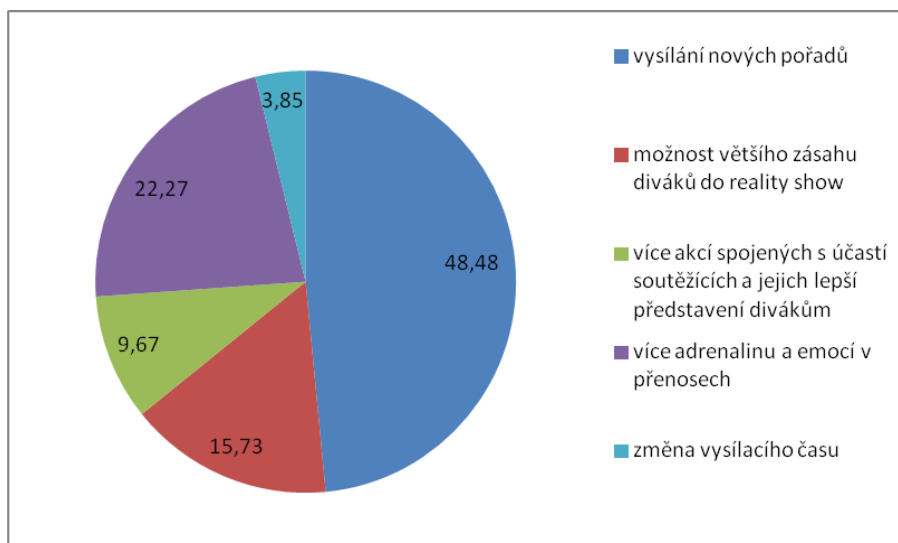
Graf 11- Jméno zpěváka/zpěvačky, který nás zaujal nejvíce v soutěži typu Vyvolení/ Big Brother



Otázka č. 12- Co by podle Vás nejvíce oživilo reality show vysílané u nás?

Otázka byla uzavřená. Cílem otázky bylo zjištění, jaké nové prvky by diváci v reality show uvítali. Oživující prvky by mohly zvýšit sledovanost soutěží a přilákat tak diváky sledující již různé druhy reality show, ale i diváky, kteří na chuť těchto show ještě nepřišli.

Graf 12- Prvky, které mohou oživit reality show



14. VYHODNOCENÍ

Cílem praktické části bylo zjištění, proč lidé tráví svůj volný čas sledováním reality show. Snahou bylo dále zjistit, jaké typy reality show diváci upřednostňují, co se jim na pořadu líbí, jaké prvky by oživily reality show a mohly tak zvýšit sledovanost, ale i jména soutěžících, které utkvěly divákům v paměti. V rámci sledovanosti zkoumáme respondenty také z pohledu dosaženého vzdělání a věkové kategorie.

Klíčovou otázkou v dotazníkovém šetření byla otázka č. 3- *Sledujete české televizní reality show typu Vyvolení, X Factor, Talentmania, atd.? Pomocí dotazníkového šetření bylo zjištěno, v jaké míře respondenti sledují reality show.. Někteří jedinci pro ni žijí, jiní ji sledují jen zřídka a někteří jedinci vůbec. Pokud bychom tuto otázku nepoložili a nezjistili, jestli lidé sledují reality show, nemohli bychom dále ve výzkumu pokračovat.*

Potřebné informace byly získané prostřednictvím dotazníku, který byl umístěn na webové stránky. Dotazníkové šetření se týkalo 132 lidí, kteří byli vybráni náhodně. Každý jedinec vyplnil dotazník o 12 otázkách. Odpovědi jsme vyhodnotili a zaznamenali v procentech do grafů.

Otázka číslo 1 byla zaměřena na pohlaví. Určení pohlaví nebylo pro dotazníkové šetření zásadním a nijak neovlivnilo výsledek. Otázka byla položena pouze orientačně. Danou otázkou mělo být odhaleno, kdo vyplňuje dotazník. Ze 180 respondentů dotazník vyplnilo 132 lidí, zbytek odmítl. Ze vzorku 132 lidí ženy zaujímaly 84,85% a muži 15,15%. Z těchto čísel plyne, že dotazník vyplnilo více žen.

Otázka číslo 2 byla zaměřena na respondenty z hlediska nejvyššího dosaženého vzdělání. Lidé, kteří vyplnili dotazník, se rozdělili do tří skupin- skupina se základním, odborným a vysokoškolským vzděláním. Nejpočetnější skupina byla s odborným vzděláním, do které se zařadilo 51,27%,

poté následovali lidé s vysokoškolským vzděláním 39,25% a nejméně početnou složku tvořili respondenti se základní vzděláním, což činilo 9,48%.

Otázka číslo 3 byla orientovaná na zjištění, v jaké míře lidé sledují reality show. Při vyhodnocení bylo zjištěno, že převážná většina, tedy 71,64% sleduje reality show jen občas (zřídka). Důvodem občasné sledovanosti reality show může být přemnožení reality show u nás. Lidé nevědí, na co se dívat dřív, a tak sledují jen některé typy reality show a vybrané díly. Respondenti, kteří sledují reality show často, činí 10,45 a zbytek, který danému žánru neholduje je vystižen 17,91%. Jak je z uvedených čísel vidět, lidí sledujících reality show je mnoho, liší se už pouze ve frekvenci sledování.

Otázka číslo 4 byla orientovaná na nejvíce sledující se reality show. Reality show byly rozděleny podle typu na pěvecké show, soutěže zasazené do umělého prostředí a ostatní. Výsledky vypadaly následovně. 59,7% lidí sleduje nejvíce pěvecké soutěže- Česko hledá Superstar, X factor, 29,85 jedinců se přiklání k soutěžím typu Big brother a Vyvolení. Poslední, nejméně četnou skupinu, zaujímají zbylé reality show. Reality show jako Výměna manželek, Jste to, co jíte, sleduje 10,45% diváků.

Otázka číslo 5 byla zaměřena na to, co diváky na reality show zajímá. Celkem 44,7% respondentů zajímá nejvíce pohled do soukromí ostatních lidí. Konflikty a hádky v reality show přitahuje 29,88%. lidí O zábavu a zajímavé osobnosti jeví zájem 25,42% diváků. Z dané statistiky můžeme vidět, že diváky nejvíce zajímá nahlédnutí do soukromí cizích lidí. Co se týče hádek a zábavy, řadí se až na druhé místo.

Otázka číslo 6 poukazovala na to, jaká věková skupina sleduje nejvíce reality show. Většina respondentů se shodla v jednom bodě a to ve skupině od 12 do 22 let. Pro tuto skupinu hlasovalo 73,13% respondentů. Druhou nejpočetnější skupinou bylo věkové rozhraní od 22 do 35 let. Tuto možnost odpovědi zvolilo 14,93% dotazovaných. Skupiny od 36 let a více jsou zanedbatelné. Žádná zbývajících skupina nepřesáhla 6%, a proto se jimi více nezabýváme.

Otázka číslo 7 pojednávala o nových typech reality show. Obměnu reality show by uvítalo 62,69 % respondentů, zbylých 37,31% o nový druh soutěží nestojí.

Otázkami 8 a 9 bylo zjišťováno, jaký je hlavní důvod přihlášení se účastníků do reality show typu Česko hledá Superstar/X factor a Vyvolení/Big brother. Soutěžící v pěvecké soutěži mají kromě peněžní výhry možnost natočit CD a ukázat svůj talent. Oproti tomu soutěžící v Big brotheru nemusí disponovat talentem, a proto je zde hlavní výhrou finanční částka. Výsledky průzkumu u soutěží Česko hledá Superstar a X factor vypadaly následovně. Nejvíce respondentů si myslí, že se soutěžící přihlašují hlavně z důvodů prorazit mezi známé osobnosti. Tento názor zastává 49,25% respondentů. Důvod zúčastnění se reality show z důvodu vydat CD prosazuje 28,36% diváků. O peněžní výhře uvažovalo pouze 22,39% lidí.

V soutěži, Česko hledá Superstar, se umístila peněžní výhra na posledním bodě. Oproti tomu u soutěže Big brother jsou peníze na prvním místě. Není divu. V daném typu reality show jde hlavně o peníze. Soutěžící mohou vyhrát pouze peníze a zajistit si částečnou slávu, která ale u těchto druhů soutěží se často vytrácí. Oproti tomu v soutěži, Česko hledá Superstar, mají soutěžící kromě peněz možnost natočit své CD a prorazit do řad zpěváků, a tím se stát slavným.

Jak už jsme zmínili výše, peníze jsou hlavním bodem v soutěžích Vyvolení/Big brother. S tímto názorem souhlasí 37,82% respondentů. Druhou pozici obsadila touha zviditelnit se, která čítá 31,88% . V soutěži určitě nechybí ani vlastní exhibicionismus. Ten však podle diváků není tak důležitý, jako výhra. S exhibicionismem se ztotožňuje 30,3% diváků.

Otázkami 10 a 11 mělo být odhaleno, jaké jména soutěžících z výše uvedených reality show utkvěly respondentům v paměti. V soutěžích typu Česko hledá Superstar/X factor se ve výsledcích objevovalo nejvíce jméno Aneta Langerová. Dané jméno si vybavilo 32,7% respondentů. Žádné jiné jméno neobdrželo více jak 8%. Větší procento, 9,14%, získala možnost „nevybavuji si“. Tímto výzkumem jsme chtěli ukázat, v jaké míře si lidé pamatují jména soutěžících. To, že většině lidí utkvěla v paměti Aneta Langerová není náhoda.

První série reality show je vždy nejvíce sledovaná. Je to něco nového, lidi to neznají, a proto je to láká. Vítězkou první řady soutěže Česko hledá superstar se stala právě Aneta Langerová, a tak není divu, že se dostala do povědomí nejvíce divákům.

V reality show Vyvolení/Big brother získal největší ohlas Vladko Dobrovodský. Pro Vladka, jako nejznámějšího účastníka Vyvolených, hlasovalo 32,76% respondentů. Opět jako u Anety Langerové se stal Vladkou vítězem první řady Vyvolených. Druhé místo s 21,5% obsadil Jindřich Hovorka, který se umístil v první řadě Vyvolených na druhém místě, hned za Vladkem Dobrovodským. Na třetím místě s 12,45% se umístil Petr Zvěřina. Petra Zvěřinu můžeme znát jako „muže z Václaváku, který přijel na koloběžce“. Ostatní soutěžící nezískali více jak 9%, a proto nejsou pro náš výzkum důležití.

Otázka číslo 12 byla zaměřena na prvky, které by mohly oživit reality show vysílané u nás. Nejvíce respondentů, 48,48%, je toho názoru, že by reality show oživilo vysílání zcela nových pořadů. Více adrenalinu a emocí v pořadech by uvítalo 22,27 diváků. Také možnost zasažení diváků do reality show diváky oslovila. Pro tuto možnost hlasovalo 15,73% lidí. Otázka byla položena záměrně. V dnešní době máme velké množství různých reality show, ale stále častěji se opakují. Například pěvecké soutěže mají mnoho podob, které se v jistých bodech liší, ale stále jde o zpěv. Z výsledků uvedených výše můžeme tvrdit, že respondenti stojí o nové typy reality show a ne pouze obnovu starých soutěží.

Dotazníkové šetření ohledně sledovanosti českých reality show dopadlo podle mých předpokladů. I když je dnešní doba pořady typu reality show přeplněna, stále má své diváky, kteří ji jsou věrní. Hlavním přínosem je zjištění, proč lidé sledují reality show. Jak se ukázalo v průzkumu, lidé rádi sledují soukromí cizích lidí. Zajímají je hádky, nevěry, milostný život, prostě vše, co se kolem jiných lidí děje. Respondenti rádi zasahují do života jiných, radí jim, ale svoje soukromí si velmi chrání. Proto jsou reality show tak populární. Obsah těchto show jim dává vše, co potřebují a chtějí vidět.

Všechny otázky dopadly podle očekávání, kromě dvou- uvedení jmen soutěžících z reality show, které sledujeme. Předpokládalo se větší množství

jmen, než jen Aneta Langerová a Vladko Doborovodský. Podle průzkumů sleduje reality show většina populace, a tak bylo překvapující, že si diváci vybavili tak málo jmen, při tak velké sledovanosti.

15. Závěr

Tato bakalářská práce se zabývala pořadem reality show, jako moderní cestou k divákovi. Práce byla rozdělena na dvě části- teoretickou a praktickou. Teoretická část se zaměřuje na vysvětlení pojmu reality show, na její počátky a následný vývoj. Další kapitoly se zaměřují na typy reality show, hlavní znaky a faktory, které ji ovlivňují. Když se vylíčila základní charakteristika soutěží, pozornost se nasměřovala na nejznámější reality show u nás. Tato kapitola nám přiblížila jednotlivé typy reality show, jako jsou Česko hledá Superstar, Vyvolení, Výměna manželek a mnoho dalších. V závěrečných kapitolách se zaměřujeme na reality show z pohledu psychologie, na pojem voyeurismus a v neposlední řadě na publikum. Praktická část se zabývá sledovaností reality show. V této části bylo použito dotazníkové šetření, které bylo anonymní. Respondenti odpovídali na otázky ohledně sledovanosti reality show, co je na pořadu zajímavá, jaká věková skupina sleduje reality show nejvíce, jaké prvky by reality show oživily atd.

Hlavním úkolem této bakalářské práce bylo zjištění, proč lidé věnují velkou část svého času sledováním reality show. Danou problematikou jsme se zabývali v teoretické i praktické části.

Výzkum měl potvrdit první hypotézu. „Domnívám se, že reality show sleduje velké procento lidí.“ Na otázku odpovědělo 132 respondentů. 82,09% diváků sleduje reality show často nebo občas. Zbýlých 17,91% reality show nesleduje. Z výsledků můžeme vidět, že se naše první hypotéza potvrdila.

Druhá hypotéza „Domnívám se, že reality show sledují více ženy“ byla potvrzena. Ženy jsou zastoupeny v 84,85%, což potvrzuje jejich většinou převahu ve sledování reality show.

Třetí hypotéza „Myslím si, že mladí lidé do 26 let tíhnou ke sledování reality show více než lidé ve věku 40 let a více“ byla opět potvrzena. Podle dotazníkového šetření zastává 73,93% respondentů názor, že reality show sleduje

převážně věková skupina od 12 do 22 let. I třetí hypotézu jsme průzkumem potvrdili.

Co se týče čtvrté hypotézy, „Myslím si, že jedním z důvodů, proč se lidé dívají na reality show, je možnost sledovat soukromí jiných lidí“ vyplynula z dotazníkového šetření. V dotazníku respondenti odpověděli na otázku „co je nejvíce zajímavá na sledování reality show“. Právě sledování soukromí cizích lidí získalo nejvíce hlasů, tj. 44,7%. Ostatní možnosti, jako hádky a zábava nejsou pro diváky, tak zajímavé. Hypotéza se nám tudíž potvrdila.

Reality show je nejen u nás, ale na celém světě velmi rozšířeným žánrem. Při uvedení reality show na obrazovku v lidech vzbuzovala velký zájem a zvědavost. Když se jí lidé přesytili, zájem opadl. Nyní můžeme tvrdit, že se reality show zase dostává na svoji vedoucí pozici mezi ostatními pořady.

Jak ukázalo dotazníkové šetření, reality show stále patří mezi velmi sledované pořady. Není divu. Diváci potřebují vědět, co se kolem nich děje. Nejvíce je však zajímaví cizí životy a jejich neštěstí, a to v reality show nalezneme velmi často. Lidé s údivem sledují pád slavných lidí, rozvody, nevěry, hádky a další trable, kterými si lidé procházejí. Lidé rádi poučují druhé, radí jim, jak si zařídit život, ale ve svém životě jsou často bezradní. V tu chvíli nastupuje reality show. Když se na ni díváme, přesvědčujeme sami sebe, že máme spokojený život, neprocházíme si situacemi jako soutěžící a do jisté míry nás reality show uklidňuje. Náš život nám pak připadá normální a začínáme si ho vážit. Jiný typ diváků, kteří sledují reality show, se s účinkujícími ztotožňují, prožívají s nimi jejich životy a snaží se zapomenout na ten svůj. Jejich život je stereotypní, pokládají ho za nudný, nebo jsou pouze zklamaní, že neměli odvahu se přihlásit do reality show a jít si za svým snem. Každého jedince reality show může ovlivnit a změnit jeho pohled na svůj život. Ať nám do dnešní doby připadal náš život bezproblémový nebo naopak problémový, reality show může náš názor velmi změnit.

Reality show je pouze fikce, a proto bychom neměli zapomínat na realitu. Většina diváků by chtěla žít jako soutěžící ve vile v Big brotheru. Soutěžící si užívali zábavu, občas plnili úkoly, jídlo bylo k dispozici, a přesto nemuseli chodit do práce a vydělávat peníze. V reálném světě to tak nefunguje. Proto je důležité rozlišovat sny od reality a nenechat se strhnout iluzemi.

V daném momentu by měli mít hlavní roli rodiče. Právě oni by měli jít svým dětem příkladem a korigovat pořady, které sledují. Kdo jiný by nás měl naučit, že to, co vidíme v televizi, není vždy pravdivé a že vše není tak jednoduché, jak se na první pohled zdá. Vezměme si seriál, ve kterém mají hlavní roli děti ze střední školy, kteří pocházejí z bohatých rodin. Každý jezdí do školy drahým autem, chodí nakupovat do předražených obchodů a navštěvuje večírky. Nikde nevidíte hlavního hrdinu, aby jel do školy autobusem, po škole šel na brigádu, aby si vydělal peníze a mohl si něco koupit. Pokud v dětství budeme sledovat tyto seriály, bude pro nás těžké později přijmout, že to, co jsme viděli v seriálech, není realita. Stejně je na tom reality show. Lidé jsou v dané chvíli odpoutáni od reálného světa, nechodí do práce nebo do školy, užívají si volného času, setkávají se s celebritami a žijí si život jako „slavní“. Důležité je, abychom si uvědomili, že situace, které vidíme, jsou uměle vytvořené a nejde o běžnou realitu.

Reality show byla, je a bude kolem nás. Musíme však rozpoznat, jak moc času bychom měli trávit jejím sledováním. Zvážit, do jaké míry ji potřebujeme ke svému životu a jak moc nás dokáže ovlivnit. V dotazníkovém šetření se nám potvrdilo, že lidé reality show velmi holdují. Nebylo by na škodu, zamyslet se nad tím, jakou činností by se dala reality show nahradit. Každý z nás může přece prožívat svoji vlastní reality show a ne být pouze svědkem jiné.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- ECO, Umberto, *Skeptikové a těšitelé*, 2.vydání, Praha: Argo, 2006. ISBN 80-7203-706-4.
- FARKOVÁ, Marie, *Vybrané kapitoly z psychologie*, 2. Vyd., Praha: UJAK, 2008. ISBN 978-80-86723-64-8.
- HAVLÍK, Radomír, *Úvod do sociologie*, 4. Vyd., Praha: Karolinum, 2002. ISBN 80-246-0381-0.
- HUK, Jaroslav, *Mediální publikum a výzkum veřejného mínění*, 1. Vyd., Praha: UJAK, 2007. ISBN 978-80-86723-24-2.
- KLUGEROVÁ, J., PRÁZOVÁ, I., VACÍNOVÁ, T., *Jak vypracovat bakalářskou, diplomovou, rigorozní a disertační práci*, 3. Vyd., Praha: UJAK, 2010. ISBN 978-80-7452-004-4.
- KOLEKTIV PRACOVNÍKŮ ÚSTAVU PRO JAZYK ČESKÝ AV ČR, *Pravidla českého pravopisu*, 3. Vyd., Praha: Pansofia, 1993, ISBN 80-901-373-6-9.
- McQUAIL, Denis, *Úvod do teorie masové komunikace*, 1. vyd., Praha: Portál, 1999. ISBN 80-7178-200-9.
- MUSIL, Josef, *Elektronická média v informační společnosti*, 2.vyd., Praha: Votobia, 2003. ISBN 80-7220-157-3.
- MUSIL, Josef, *Úvod do sociální a masové komunikace*, 2. Vyd., Praha: UJAK, 2008. ISBN 978-80-86723-44-0.
- RAMONET, Ignacio., *Tyranie médií*, 1. Vyd., Praha: Mladá fronta, 2003. ISBN 80-204-1037-6.
- REIFOVÁ, I. a kolektiv, *Slovník mediální komunikace*, 1. Vyd., Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-926-7.

ŠTROBLOVÁ, Soňa, *Film a televize jako audiovizuální zprostředkování světa*,
1. Vyd., Praha: UJAK, 2009. ISBN 978-80-86723-73-0.

TRPIŠOVÁ, D., VACÍNOVÁ, M., *Sociální psychologie*, 1. Vyd., Praha: UJAK,
2007. ISBN 978-80-86723-30-3.

SEZNAM INTERNETOVÝCH ODKAZŮ

Byla jedna soutěž a jmenovala se Bailando [online]. 20.4.2007 [cit.2012-1-2.].
Dostupné z: <http://aktualne.centrum.cz/kultura/televize/clanek.phtml?id=404516>

Česko hledá Superstar [online]. 19.2.2005? [cit. 2012-22-02]. Dostupné z:
<http://superstar.xf.cz/>

KLIMEŠ, Jeroným. *Kde se bere síla reality show?* [online]. 2004 [cit. 2012-1-8].
Dostupné z: http://klimes.mysteria.cz/clanky/psychologie/reality_show.htm

Králem a královnou tanečního parketu se stal Roman Vojtek a Kristýna Coufalová [online]. 23.12.2006 [cit. 2011-12-30]. Dostupné z
<http://www.ceskatelevize.cz/porady/10120511902-stardance/20752216044-stardance-story/?vso=novinky%2F036>

KRUML, Milan. *Česká média* [online]. 19.2.2005 [cit. 2011-12-08]. Dostupné z:
<http://www.ceskamedia.cz/media/143179/milan-kruml-svetove-reality-show-potrebuji-hvezdy>

LIDOVKY.CZ, *Vyvolení: Vyhrál Vladko!* [online]. 12.12.2005 [cit. 2011-12-28].
Dostupné z: http://relax.lidovky.cz/vyvoleni-vyhral-vladko-0vb-/ln-zajimavosti.asp?c=A051212_085823_ln_zabava_jel

Nova zrušila Milionový pár [online]. 8.10.2004 [cit. 2012-1-3.]. Dostupné z
<http://www.novinky.cz/koktejl/41505-nova-zrusila-milionovy-par.html>

NOVÁKOVÁ, Marie. *Reality show. Realita, která vychovává* [online]. 2005 [cit. 2011-2-5]. Dostupné z: http://www.marienovakova.cz/publikacni_cinnost.htm

Vítězka reality show Trosečník: Manžel je teď na mě pyšný! [online]. 6.1.2008 [cit. 2011-12-28]. Dostupné z: <http://www.trosecnik-tv.cz/vitezka-reality-show-trosecnik-manzel-je-ted-na-me-pysny-69>

Vem si mě- boj o srdce milionáře začíná [online]. 17.8.2007 [cit. 2012-1-2].

Dostupné z <http://www.chytrazena.cz/spolecnost/novinky/vem-si-me-boj-o-srdce-milionare-zacina-1185.html>

SEZNAM GRAFŮ

Graf 1- Zastoupení mužů a žen v procente	58
Graf 2- Zastoupení jednotlivců podle nejvyšší úrovně vzdělání v procentech.....	58
Graf 3- Míra sledovanosti televizních reality show typu Vyvolení, X Factor, Talentmania, atd.	60
Graf 4- Nejsledovanější typy reality show	60
Graf 5- Výčet prvků lákajících diváky ke sledování reality show	61
Graf 6- Věkové skupiny sledující reality show	61
Graf 7- Lidé vítají/ nevítají nové typy reality show	62
Graf 8- Hlavní důvod přihlášení se účastníků do reality show typu Superstar a X Factor	63
Graf 9- Hlavní důvod přihlášení se účastníků do reality show typu Vyvolení a Big brother	63
Graf 10- Jméno zpěváka/zpěvačky, který nás zaujal nejvíce v soutěži Superstar/ X Factor	64
Graf 11- Jméno zpěváka/zpěvačky, který nás zaujal nejvíce v soutěži typu Vyvolení/ Big Brother	65
Graf 12- Prvky, které mohou oživit reality show	65

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha A- Dotazník	I
----------------------------------	----------

Příloha A - Dotazník

Jste?

- Muž
- Žena

Nejvyšší dosažené vzdělání?

- Základní
- Odborné
- Vysokoškolské

Sledujete české televizní reality show typu Vyvolení, X Factor, Talentmania, atd.?

- Sleduji hodně
- Sleduji trochu (jen některé, občas)
- Nesleduji

Které typy reality show sledujete nejčastěji?

- Superstar, X Factor
- Vyvolení, Big Brother
- Výměna manželek, Jste to, co jíte, Trosečník

Co Vás na reality show láká?

- Zábava a zajímavé osobnosti
- Konflikty a hádky
- Pohled do soukromí ostatních

Jaká věková skupina podle Vás sleduje nejvíce reality show?

- 12- 22
- 23-35
- 36-45
- 46-59
- 60 a více

Uvítal/a byste nové typy reality show, např. soutěž mezi podnikateli a jejich návrhů na určitý výrobek a prosazení produktu na trhu?

- Ano
- Ne

Jaký je podle Vás hlavní důvod přihlášení se účastníků do reality show typu Superstar a X Factor?

- Proplout mezi známé osobnosti
- Splnit si sen- vydat CD
- Očekávané finanční zisky

Jaký je podle Vás hlavní důvod přihlášení se účastníků do reality show typu Vyvolení a Big brother?

- Finanční výhra
- Vlastní exhibicionismus
- Touha zviditelnit se

Napište pouze jedno jméno zpěváka/zpěvačky (jméno a příjmení), který Vás nejvíce zaujal v soutěži typu Superstar / X Factor:

Napište pouze jedno jméno účastníka/účastnice (jméno a příjmení), který Vás nejvíce zaujal v show typu Vyvolení / Big Brother:

Co by podle Vás nejvíce oživilo reality show vysílané u nás?

- Vysílání naprosto nových pořadů
- Možnost většího zásahu diváků do dění v aktuálních pořadech
- Více akcí spojených s účastí soutěžících a jejich lepší představení divákům
- Více adrenalinu a emocí v přenosech
- Změna vysílacího času

BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE

Jméno autora: Nikola Raabová

Obor: Sociální a mediální komunikace

Forma studia: prezenční

Název práce: Reality show- Moderní cesta k divákovi

Rok: 2012

Počet stran textu bez příloh: 65

Celkový počet stran příloh: 2

Počet titulů české literatury a pramenů: 13

Počet titulů zahraniční literatury a pramenů: 0

Počet internetových zdrojů: 10

Vedoucí práce: Mgr. Michael Hovorka

