

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FILOZOFICKÁ FAKULTA

Katedra pedagogiky

Pedagogika

DIPLOMOVÁ PRÁCE

Alžběta Kábelová

Fenomén reality show z hlediska pedagogického

The phenomenon of reality show in term of pedagogy

Doc. PhDr. Věra Poláčková, Csc.

2006

„Prohlašuji, že jsem diplomovou práci vypracovala samostatně a že jsem uvedla všechny použité prameny a literaturu.“

Alžběta Kábelová

Děkuji Doc. PhDr. Věře Poláčkové, Csc. za poskytnutí materiálů, rad a připomínek ke zpracování diplomové práce.

OBSAH

Úvod	1
------------	---

Část I: Teoretická část

1. Televize

1.1. Historie televize.....	2
1.2. Proces vidění.....	4
1.3. Působení televize.....	6
1.4. Volný čas.....	10
1.5. Bourdieu a jeho rozbor televize.....	14
1.6. Archeotelevize a neotelevize.....	16

2. Reality show obecně

2.1. Historie reality show.....	17
2.2. Dělení reality show.....	19
2.3. Reality show ve filmu.....	23
2.4. Reality show v České republice.....	24
2.5. Analýza reality show.....	27
2.6. Cílová skupina a sledovanost vybraných reality show.....	29
2.7. Důvod sledovanosti reality show.....	32
2.8. Bezbrannost dětí vůči reality show.....	33
2.9. Antireality show.....	36

3. Reality show z různých pohledů	
3.1. Psychologický a sociologický aspekt reality show.....	38
3.2. Pedagogický aspekt reality show.....	43
3.3. Reality show z mého pohledu.....	45
Část II: Praktická část.....	46
1. Expertní šetření	
1.1. Dotazník pro experty.....	47
1.2. Pedagog a jeho hledisko.....	48
1.3. Psycholog a jeho hledisko.....	51
1.4. Sociolog a jeho hledisko.....	61
2. Dotazníky	
2.1. Dotazník pro žáky a studenty.....	62
2.2. Dotazník pro rodiče.....	66
2.3. Vyhodnocení dotazníků.....	68
Závěr.....	72
Resumé v českém jazyce.....	76
Résumé in English.....	77
Přílohy.....	78
Použitá literatura.....	93

Úvod

Cílem mé diplomové práce je zmapovat problematiku reality show a hledat odpověď na otázky, jaké dopady má sledování těchto pořadů na děti a mládež a dá-li se jich využít ve výchovném procesu.

Médii televize svou práci začínám a věnuji mu celou její první část. Důvod je jednoduchý: reality show jsou přenášeny na nás diváky právě tímto médiem, tudíž je považuji za stěžejní. Televize je telekomunikační zařízení pro vysílání a přijímání rychlého sledu obrázků a zvuku na dálku. V práci seznamuji s jeho vývojem a předkládám i různé názory, jež považuji pro plné pochopení tohoto média za důležité. Řeším otázku působení televize na dospělé i děti a uzavírám pojednáním o volném čase, neboť volný čas, jak se dočteme níže, stále více trávíme právě u televize. Poté se blíže podíváme právě na reality show, jejich vývoj, dělení atd. Přejdeme ke sledovanosti a především k důvodu sledovanosti. Potom se pokusím nastínit pedagogický a psychologický aspekt reality show. Po této teoretické části přejdu k vyhodnocení svého empirického šetření, které zahrnuje dotazníky určené žákům II. stupně základních škol, studentům středních škol a jejich rodičům. Dále zahrnuje expertní šetření prováděné u pedagoga, sociologa a psychologa. Empirické šetření poté vychází z následujících předpokladů:

- 1) reality show se v okamžiku jejího masivního vpádu na obrazovky neubrání téměř nikdo;
- 2) po prvotním nadšení z novinky na obrazovce zájem o reality show opadá;
- 3) nejdříve se nezájem začne projevovat u středoškoláků a nejdéle se udrží u žáků základní školy;
- 4) u žáků základní školy pak předpokládám i největší míru negativního dopadu – účastníci reality show se stávají vzorem pro způsob lehkého nabytí peněz, vzorem pro nestandardní chování, vyjadřování, vedoucí až k touze účastnit se podobných show;
- 5) studenti na rozdíl od žáků neupřednostňovali reality show před svými volnočasovými aktivitami.

1. Televize

1.1. Historie televize

Televize je v podstatě ve svém kmetském věku, je jí okolo 77 let, pokud bereme v potaz její první televizní sety z roku 1928, z doby tzv. mechanické éry, která trvala až do roku 1935. Od tohoto roku pak začala tzv. elektronická éra a ta vlastně trvá až dodnes, kdy už pomalu, ale jistě nastupuje tzv. éra digitální.

Roku 1843 formuloval Alexander Bain tři podmínky pro přenos obrazu: obraz je potřeba rozložit na jednotlivé body a opět složit; světelné body je potřeba převést na elektrické hodnoty a naopak; rozklad i skládání musí probíhat synchronizovaně. Po shrnutí fyzikálních zákonů se pokračovalo v praktickém rozvoji technologie. Není jednoznačný vynálezce tohoto média, z Ameriky se uvádějí jména: Ernest Frederik Werner Alexanderson, Hollis Semple Baird, Philo T. Farnsworth, Leslie E. Flory, Charles Francis Jenkins, Ulises Armand Sanabria, z Ruska Boris Rosing a Vladimir Kosma Zworykin, z Německa Karolus, z Francie Belin a Barthelemy, z Maďarska Dénes von Mihaly, Kalman Tihanyi, ze Skotska John Logie Baird a z Japonska pak Kenjiro Takayanagi. Ovšem obecně je uznáván právě ruský vynálezce Vladimir Zworykin¹ (viz příloha 1), který se proslavil výrokem: „I hate what they've done to my child...I would never let my own children watch it.“^{2 3}

V mechanické éře měla televizní obrazovka malý motor s otáčejícím se diskem a neonovou lampou, díky jim pak dohromady vznikl rozostřený červenooranžový obraz o velikosti poloviny kreditní karty (viz příloha 2). Samozřejmě tyto televize nejsou kompatibilní s dnešním plně elektronickým televizním systémem.

V letech 1935 – 1941 byla dokončena tzv. elektronická éra. Během tohoto období několik zemí začalo vysílat, většinou spíše experimentálně, s omezeným

¹ Vladimir Kosma Zworykin (viz příloha 1) (30. 7. 1889 Murom, Rusko – 29. 7. 1982 Princeton, USA) - americký inženýr elektroniky, původem z Ruska, vynálezce ikonoskopu a kineskopu (první vysílač a přijímač televize), otec moderní televize

²Překlad autorky diplomové práce: „Nenávidím, co udělali s mým dítětem... Nikdy bych nedovolil mým vlastním dětem na něj koukat.“ Dítětem je myšlena televize, Zworykinův vynález.

³ [online]. [cit. 2006-05-10]. Dostupné z: <<http://ifmbe-news.iee.org/ifmbe-news/jan2005/zworykin.html>>.

počtem televizních souprav mezi veřejností. 7. prosince 1941 začalo bombardování Pearl Harboru. Stanice CBS informuje pomocí televize o útoku. Pro Spojené státy tímto momentem začíná 2. světová válka.

Druhá světová válka zastavila téměř veškerá televizní vysílání po celém světě. Byly určité výjimky, které mohly za jistých, velice omezených podmínek vysílat. Ale například v Anglii bylo veškeré televizní vysílání zastaveno až do 7. června 1946. Perioda po 2. světové válce je považována za finální zrození televize. Rodiny nahromadily úspory a všichni byli lační získat domy, auta a další luxusní věci, které jim byly odepřeny během války. Televize byly brzo přidány k jejich „musím mít“ seznamům. Na americkém trhu se tedy objevila exploze nákupu televizí v letech 1948 - 1949. Boom v Anglii pak následoval o několik let později.

Léta 1950 - 1959 byla opravdu rozhodujícím obdobím pro vývoj televize. Světlo světa spatřila barevná televize a dálkové bezdrátové ovladače, které umožňovaly zapínat a vypínat televizi, přepínat kanály a ztlumit zvuk „během těch dlouhých otravných reklam“ (příloha 3). V Československu začala televize pravidelně vysílat právě v tomto období, přesněji v roce 1953. Můžeme v podstatě říci, že z dítěte se stával adolescent.

Od roku 1960 až dodnes dochází k dalšímu zdokonalování. Posledním hitem jsou např. plazmové televize. Vývoj televizí je neuvěřitelně rychlý, vždyť první programy byly nejenom černobílé, ale i velice krátké; postupem času se začalo vysílat barevně a dnes již funguje vysílání 24 hodin denně!

1.2. Proces vidění

Smysl, který je první zasažen televizí, je zrak. Vidění není jen pasivní proces, kdy se na sítnici oka vytváří zmenšený obrázek toho, na co právě pohled člověka dopadá. Tedy jen jakási analogie fotografie. Pozorujeme-li nějaký předmět, nezůstávají naše oči nehybné, nýbrž předmět jakoby nepatrnými pohyby ohmatávají. Postup tohoto vizuálního „ohmatávání“ je naprosto individuální a je veden našim zájmem nebo nezájmem o předmět, ale i našim očekáváním a věděním o předmětu. Drobným pohybům očí, ke kterým přitom dochází, se odborně říká sakády. Při klidném pozorování jich proběhne 2 až 5 za vteřinu. Důsledkem této skutečnosti je, že když dva lidé pozorují stejný předmět ze stejného místa, přesto vnímají něco zcela odlišného!

K tomu se pak přidává neustálé zaostřování, akomodace oční čočky podle vzdálenosti předmětu v prostoru a dále rozšiřování a zužování zornic v závislosti na množství dopadajícího světla, ovšem i na duševní aktivitě pozorujícího. Čím vyšší je aktivita mozkové kůry, tím širší jsou zornice, jež jsou tím pádem jedním z indikátorů aktivity právě mozkové kůry.

Lukáš Dostál⁴ se ptá a zároveň si odpovídá: „Jakým způsobem modifikuje tyto nesmírně dynamické a aktivní pochody sledování televize? Počet sakád se snižuje o 90 i více procent z 2 – 5 za sekundu na 5 – 7 za 20 sekund. Výrazně se zmenšuje šíře pupily jako výraz snížené mozkové aktivity. Oči nejen že neakomodují, protože obrazovka se nachází ve stále stejné vzdálenosti, nýbrž šířka zorného pole se zužuje o 97 % : z přibližně 200 stupňů na pouhých 6 až 7 stupňů. Okohybné svaly jsou zcela ztrnulé, bez pohybu. Všechny tyto změny jsou vyvolány médiem televize jako takovým, nezávisle na pořadu.“⁵ Co to znamená? Původně aktivní a cílená činnost je nahrazena maximální pasivitou. A to je právě zhoubné pro vývoj dětí, což potvrzuje i EEG⁶ vyšetření aktivity mozku během sledování televize. EEG ukazuje, že se po zapnutí televize rychle objevují v záznamu tzv. alfa vlny, jež jsou typické

⁴ MUDr. Lukáš Dostál - jednatel Weledy (švýcarská farmaceutická firma vyrábějící přírodní léčiva a kosmetiku), spolupracovník časopisu *Děti a my*

⁵ DOSTÁL, L. *Dítě a televize*. [online]. Poslední revize 29.9.2003 [cit. 2006-08-20]. Dostupné z: <<http://www.rodina.cz/clanek3397.htm>>.

⁶ EEG (elektroencefalogram) - zaznamenává elektrickou aktivitu mozku pomocí elektrod umístěných na kůži lebky.

pro stav snění či hypnózy. A dostáváme se znovu k tomu, co již bylo vyřčeno:
podvědomé vyřazení aktivity diváka.

1. 3. Působení televize

Z předchozí subkapitoly je s dostatek zřejmé, že televize na nás lidi působí, a to už dlouho. Střídá programy všech druhů: publicistické, naučné pro děti a mládež, hlavně ale oddychové – seriály, estrády, soutěže a reality show. □ Zvyšuje se také počet reklam, a to nejen během televizních pořadů, ale i skrytých, dokonale zacílených. Dokonce se ukazuje, že vlivu reklamy podléhají především děti a mládež. Můžeme tedy říci, že televize přináší informace a zábavu, ale zároveň nás zneužívá.

Ovšem na otázku, zda televize škodí či ne, nelze jednoznačně odpovědět. Rodičům dětí se doporučuje řídit se zdravým rozumem a nechat děti sledovat pořady odpovídající jejich věku. Ty pořady, jež dovedou pochopit a jež nevyvolávají pocity, s nimiž se nedokážou ztotožnit. Obecně lze říci, že za nepřilíš vhodné jsou považovány tzv. akční filmy (o hororech nemluvě), protože jsou plné násilí a pohledů na mrtvé. Ovšem i některé animované filmy obsahují násilí, které může být pro děti nepochopitelné. Jak tedy k televizi správně přistupovat? Rozhodně ji už nelze vymazat z našich životů, stala se všudypřítomným médiem. V knize *Krotíme obrazovku* od Pavla Říčana a Drahomíry Pithartové je kapitola s názvem *Dívá se celá rodina*, a vlastně už v těchto slovech je obsaženo, jak se správně chovat. Dítě by nemělo být necháváno před televizí samotné (samozřejmě je nesmysl, aby se na pohádku *Pyšná princezna* musela po několikáté dívat i maminka), ale jde o to, aby rodiče měli dohled nad tím, co dítě sleduje, zda to odpovídá nejen jeho emocionálnímu, ale i morálnímu vývoji.

John Condry, profesor psychologie na americké Cornellově univerzitě a ředitel Centra pro výzkum účinků televizního vysílání, uvádí ohledně dětské schopnosti soustředění toto: „Malé děti se dívají na kreslené filmy, protože jsou snadno ‘čitelné’. Každý pohyb je v nich zdůrazněn tak, aby na sebe obrátil pozornost dítěte. Problém spočívá v tom, že ‘čitelnost’ nahrazuje potřebu soustředění a pochopení.“⁷ Tím, že televize mění obrazy, vábí samozřejmě pozornost, ale už

⁷ LANIADO, N. *Jak od malička rozvíjet inteligenci dětí*. Praha: Portál, 2004. □ ISBN 80-7178-870-8.

neumožňuje dětem soustředění. Z odborných statistik⁸ vyplývá, že:

děti do 6 let nejsou schopny pochytit význam určité akce jako celku a zapamatovat si tutéž postavu z předchozích scén v tomtéž filmu;

do 7 – 8 let nedokážou děti skutečně sledovat film déle než 30 minut;

děti do 11 let nechápu ve filmu děj z minulosti zasazený do přítomnosti, přibližování a vzdalování kamery, rozdíl mezi hlavní a vedlejší dějovou linií.

Reklamní agentura Euro RSCG koordinovala studii, kterou prováděl tým 50 psychologů, vychovatelů a odborníků na komunikaci. V této studii odborníci zkoumali, jak vzorek 450 dětí ve věku od 8 do 13 let doma sleduje televizi. Výsledky studie se nemusí komentovat: Jen 29 % dětí připustilo, že se jim *"líbí to, na co se dívají dospělí"*, zatímco 71 % suše prohlásilo: *"Ne, nelíbí se mi to."* Proč? *"Protože tam pořád křičí,"* uvedla 34 % dětí. *"Protože nerozumím tomu, co říkají,"* odpovědělo 29 % dětí. 17 % dětí přiznalo: *"Protože se jich bojím,"* a dalších 20 % přiznalo: *"Protože mě nudí."*⁹

Trojúhelníkem televize – děti – rodiče se nezabývají jen výše zmínění autoři, ale i Bohuslav Blažek ve své knize *Tváří v tvář obrazovce*. Autor se snaží nalézt odpovědi na otázky týkající se tlaku médií na lidi, nebezpečnosti médií pro děti a mládež a možností rodiny naučit dítě s médii žít atp. Velký důraz klade Blažek především na vliv médií na děti. Ty jsou médii velmi ovlivnitelné, a následky tohoto jevu jsou nedozírné. Médium je pro Blažka něco, co nás nejen fascinuje, ale také připravuje o čas, vůli, rodinný život, tradiční hodnoty, svěžest pohledu a v neposlední řadě tvořivost. Autor se zabývá mimochodem nejen televizní obrazovkou, ale upozorňuje i na další lákadla, jako jsou počítače, a přirovnává je dokonce k droze. Jednu celou kapitolu věnuje autor válečnému zpravodajství v televizi. Kritizuje přístup naší televize k válečným scénám. Na jedné straně diváci sledují záběry z bojišť, masakry a jiné hrůzy, ale již nevidí, jak ve válčících zemích trpí lidé a především malé děti hladem, nemocemi a bídou. Televize poskytuje pouze zprostředkované události převzaté i od jiných agentur a stanic, vybírá pouze určité úseky, a divák pak nedostává prostor vytvořit si ucelený názor na daný konflikt. A samozřejmě není možné se na daný problém dívat pouze jednostranně, jak to televize

⁸ Ibid.

⁹ Ibid.

velmi často dělá. Televize by měla být nezávislá a pohlížet na všechny zprávy, informace a problémy s nadhledem a nestranně. V tom vidí Blažek jeden z hlavních prohřešků televize. Ptá se, jak je možné, že jsme si tak zvykli na obrazy utrpení v každodenním zpravodajství. Zabývá se i manipulací diváka. Manipulace v médiích je obecnější a spíše si formuje diváka do určité podoby. Bohužel se tak dělo a děje i v těch zdánlivě nejnevinějších pořadech určených dětem. Analyzuje pak několik dětských programů. Například program typu Lada / Trnka : základní situací je vyprávění pohádky dobrým vypravěčem, který probouzí v dětech pocit vlastní důstojnosti. Apeluje se na to, že zejména děti mají jasný smysl pro to, kdo je na straně dobra a kdo na straně zla. Dětský posluchač je oslovován a vyzýván, aby vstoupil do takového světa jasně vymezených dětských práv a povinností. V závěru knihy autor řeší problematiku zavedení televize do domácností, televizního násilí a vhodnosti televize pro děti. Sociálně imunní děti se dramatickými výjevy v televizi, které jim pomáhá zvládat celá rodina, připravují na tvrdosti života, zažívají katarze a vyzrávají, takže i „měkký“ zákaz, který bude dodržován, by je vlastně ochudil. Naproti tomu ovšem děti, jimž takové zázemí schází, nekontrolovatelně a bez posily sledují televizi a pořady určené pouze pro dospělé, tudíž „měkký“ zákaz by se u nich neprojevil a „tvrdý“ zákaz by je vedl k získávání o to atraktivnějších nelegálních zdrojů. Shrnuje, že nejdůležitější úlohou médií možná je, aby se člověk naučil s nimi žít - asi jako s opojnými nápoji nebo obecněji řečeno s kulturní drogou.

Německá autorka Irmgard Haasová ve své publikaci *Ostatní děti smějí všechno* upozorňuje na úskalí zakázání televize, kdy se právě tímto způsobem stává televize pro děti ještě atraktivnější. Proto je možná vhodnější sledování televize „dávkovat a příležitostně důsledně zakázat“. Vývojová psychologie nám říká, že poznávací schopnosti a pochopení se mezi 5. a 7. rokem zvyšují. Zajímavé jsou Haasové postřehy. Jeden z nich je, že lidé vzdělaní se dívají na televizi méně než vrstvy nevzdělané. Zmiňuje i situaci, kdy v některých rodinách je sledování televize jediným způsobem, kdy jsou děti pohromadě s otcem. Toto pak uzavírá šetřením, ze kterého vyplývá, že otcové jsou k dětskému sledování televize lhostejnější než matky. Řešení vidí Haasová v tom, aby si na začátku týdne rodiče s dětmi prošli televizní program a navzájem si domluvili, na co se budou dívat. Doporučuje sledování 2x týdně. Tuto kapitolu o televizi uzavírá zamyšlením nad vztahem mezi rodiči a dětmi,

kdy se domnívá, že nakonec je rozhodující dobré ovzduší v rodině vyznačující se porozuměním a láskyplným, chápajícím rozhovorem. Televize Prima dokonce na svých webových stránkách zveřejnila doporučení „vyplývající z prací odborníků z řad dětských psychologů, které Vám pomohou při rozhodování o tom, jak přistoupit ke sledování televize v případě Vašich ratolestí. Věříme, že Vám následující řádky budou k užitku a že i díky nim najdete vhodný model, který bude rámcem pro to, co budou vaše děti v televizi sledovat. *Vaše televize Prima.*“¹⁰

A pak následuje pět bodů:

- Televizi by měli ovládat rodiče nebo vychovatelé, nikoli děti samotné. Proto by televizní přijímače neměly být umístovány do dětských pokojíčků.
- Televizní přijímač by neměl být pouštěn, pokud nevíme předem, na co se chceme dívat (nepouštíme televizi bezmyšlenkovitě jako kulisu).
- Díváme se maximálně na jeden až dva vybrané pořady denně.
- Nevystavujeme děti podnětům, které nechceme, aby viděly v realitě. Děti by neměly sledovat pořady určené primárně dospělým.
- O zhlédnutých pořadech si s dětmi povídáme a rozebíráme je.¹¹

A najednou může televize bez jakýchkoliv výčitek vysílat jakékoliv pořady, protože dala jasně najevo, že za dětskou sledovanost televize zodpovídají rodiče.

¹⁰ [online]. [cit. 2006-04-13]. Dostupné z: <<http://www.iprima.cz/primatv/?666e=1708>>.

¹¹ Ibid.

1.4. Volný čas

V dnešní uspěchané době vlastně ani nevíme, co to volný čas znamená, a tudíž ani nevíme, jak s ním správně naložit. Spočívá hodnota volného času v industriálních společnostech v útěku a relaxaci od práce? A zde právě začíná problém. Způsob trávení volného času, nejen mládeže, je čím dál tím víc spojen s médii, a dovoluji si tvrdit, že i v době lehké dostupnosti internetu je to stále v největší míře médium televize. Analýza z roku 2004, kterou si nechala BBC zpracovat od společnosti Mediaresearch a Asociace televizních organizací, kromě jiného potvrzuje, že většina Čechů si myslí, že si nejlépe odpočine u televize. Ovšem podle primáře bohnického oddělení léčby závislostí Karla Nešpora je tomu zcela naopak. „Člověk, který by koukal na televizi, tak by předpokládal, že jsou všude loupeže, vraždy a politici, a v takovém světě se člověk cítí stísněně a velmi nepříjemně.“¹² Dále pokračuje: „Samozřejmě, že násilí se děje a že politika ovlivňuje náš život, ale kromě toho se děje i mnoho dalšího, co je pro média příliš obyčejné. Tomu se říká syndrom špatného světa a může vyvolat úzkosti či stavy ohrožení.“¹³ Karel Nešpor shledává i nebezpečí v televizní reklamě, jež v člověku vyvolává pocit touhy po předmětech. „Spousta těch věcí je pro nás nedostupná, nemůžeme si koupit drahé auto, což může v člověku vyvolat pocit nespokojenosti a pocit, že ti druzí na to mají, a tudíž jsou šťastnější. Se štěstím je to samozřejmě daleko složitější, ale to už reklama neřekne.“¹⁴ Odborník nám radí osvědčeným heslem: Všeho s mírou! Ale co s lidmi, kteří u televize prosedí celý den? V grafu z roku 1997 je v příloze číslo 4 ukázán objem času věnovaný aktivitám. Veronika Gudevová, psychologka z Psychiatrické léčebny Bohnice, se domnívá, že „sledování televize se může stát závislostí ve chvíli, kdy potřebujeme vidět určitý program a jsme nervózní, když ho nemáme.“¹⁵ Do té doby lze hovořit spíše o naučeném způsobu trávení času.

Na volnočasové aktivity má vliv nejen zrání biologické, ale i sociální, mentální a psychické. To právě většinou opomíjíme. Důsledkem pak je skutečnost,

¹² KROUPA, M. *Češi prosedí u televize stejně času jako ostatní Evropané*. [online]. Poslední revize 30.10.2004 [cit. 2006-05-12]. Dostupné z: <http://www.bbc.co.uk/czech/domesticnews/story/2004/10/041029_czechs_tv_pckg.shtml>.

¹³ Ibid.

¹⁴ Ibid.

¹⁵ Ibid.

že děti, které „relaxují“ u televize, vlastně ani nemohou pochopit, co se před nimi na obrazovce odehrává. Síla, která nás usadí před televizi, je podle Jaromíra Volka z Fakulty sociálních studií složena i z pocitu bezpečí. „Magická moc televize je nenápadná, protože je každodenní, je to objekt, který se stal členem rodiny, je to centrum komunikačního dění, kolem kterého se často schází rodina.“¹⁶ Domnívá se, že televize má dokonce schopnost nastartovávat komunikaci a dialogy, které by jinak nenastaly. A zde upozorňuje na otázku, „do jaké míry je to tak, že televize bere rodinám jejich intimní komunikaci, nebo naopak komunikační prázdno zaplňuje.“¹⁷

Zajímavý výzkum provedl v roce 2004 statistický úřad EU Eurostat, do kterého byli zahrnuti obyvatelé Belgie, Německa, Estonska, Francie, Maďarska, Slovinska, Finska, Švédska, Velké Británie a Norska ve věku od 20 do 74 let. Statisticy sledovali jejich způsob trávení volného času. Výsledky ukázaly, že u televize tráví volno nejvíce muži v Maďarsku, ti televizi věnují 51 % svého volného času, na druhém místě se umístili se 49 % Britové. Němci a Norové sledují televizi nejméně – něco přes třetinu svého volného času. Statisticy rozdělili „průměrný den“ do šesti kategorií - volný čas, spánek, jídlo a péče o sebe, cestování, domácí práce a práce nebo studium. Získané údaje ukázaly (viz příloha číslo 5), že britští muži mají každý den volný čas 4 hodiny a 41 minut – o 20 minut více než ženy. Ženy přitom ale tráví 2x více svého volného času domácími pracemi, kterým obětují téměř tři a půl hodiny, zatímco muži necelé dvě. Ženám nejvíce času při práci v domácnostech zabere příprava jídla, poté uklízení a nákupy. Ženy stráví více volného času než muži ve společnosti, odpočinkem a čtením, méně času se ve srovnání s muži zabývají koníčky, sportem a cvičením. Stejně nepopulární je pro obě pohlaví kultura, které věnují muži i ženy pouhá dvě procenta svého volného času. U televize stráví ženy 114 minut a muži 137 minut denně.¹⁸

Statistiky uvádějí, že české děti tráví před obrazovkou 25 hodin týdně, což je více jak 3,5 hodiny denně. Dále statistiky uvádějí, že průměrný 13letý školák viděl

¹⁶ Ibid.

¹⁷ Ibid.

¹⁸ [online]. Poslední revize 28.7.2004 [cit. 2006-05-12]. Dostupné z: <http://www.bbc.co.uk/czech/worldnews/story/2004/07/040728_eu_freetime.shtml>.

za svůj život v televizi 52 tisíc vražd, znásilnění, ozbrojených loupeží a přepadení.¹⁹ Allensbašská studie, jež vznikla k pětadvacátému výročí akce Srdce pro děti, na vzorku 819 šestiletých až dvanáctiletých prokázala, že skalní a vytrvalí konzumenti televizního vysílání jsou daleko smutnější než jejich vrstevníci, kteří si dokáží najít jiné aktivity.²⁰ Americká studie z roku 2001 u 525 žáků třetích a čtvrtých tříd porovnávala agresivitu dětí a jejich vnímání v závislosti na tom, jestli u nich (během 6 měsíců trvání studie) bylo omezeno sledování televize. U skupiny, která omezila o jednu třetinu čas věnovaný televizi, bylo zaznamenáno snížení projevů agresivity, tyto děti také méně často vnímaly okolní svět jako „zlý a strach nahánějící“. Dokonce analýza příčin, které vedly děti k zabíjení, ukazuje často, že pro mladistvé vrahy bylo společným jmenovatelem excesivní sledování televize od útlého věku a hraní počítačových her s tematikou zabíjení po mnoho hodin týdně. Další příčinou jsou rodiče, kteří neměli příliš velký zájem o výchovu svého dítěte a o ně samotné vůbec. Mladiství vrazi uvádějí často identifikaci s některým z filmových hrdinů, který vyniká schopností chladnokrevně zabíjet.²¹ Příloha číslo 6 ukazuje podíl sledovanosti dle pohlaví. Televize však ještě hluboce zasahuje do rozvoje dětské fantazie, a tím i do schopnosti kreativity dospělého věku. Děti, které jsou zvyklé pouze na pohádky v televizi, se při vyprávění pohádek nudí a říkají: „Nic nevidím“. Ztratily schopnost vytvářet vnitřní obrazy a představy. Obrazy televize jsou příliš hotové, než aby mohly podnítit dětskou fantazii. A jsou příliš rychlé na to, aby k nim dítě vůbec mohlo zaujmout nějaký osobní citový vztah a postoj. S vývojem fantazie v dětství však později souvisí i vývoj schopnosti hlubokého citového prožívání, schopnost empatie – možnost vcítit se do druhého člověka, ale i předvídavost a schopnost řešit nové, neočekávané situace. S tím souvisí i menší schopnost vyjadřování se. Již zmíněný MUDr. Dostál upozorňuje: „Ordinace logopedů a foniatrů jsou přeplněné. Ještě v polovině 70. let se vyskytovaly poruchy řeči u 4 % dětí v předškolním věku. Ve 2. polovině 90. let stoupl procento dětí s poruchami řeči zjišťovanými na základě stejných kritérií jako v 70. letech na neuvěřitelných 25 %. Z toho je polovina poruch

¹⁹ DOSTÁL, L. *Dítě a televize*. [online]. Poslední revize 29.9.2003 [cit. 2006-08-20]. Dostupné z: <<http://www.rodina.cz/clanek3397.htm>>.

²⁰ [online]. Poslední revize: 22.12.2003 [cit. 2006-05-25]. Dostupné z: <<http://www.novinky.cz/02/23/24.html>>.

²¹ Ibid.

hodnocena jako lehké, čtvrtina jako středně těžké a čtvrtina jako těžké. Podíl dětí s poruchami porozumění řeči je ještě vyšší.²² Skutečností je, že srovnatelné výsledky nacházíme v Německu, Velké Británii, ale i Bulharsku. Jak se ovšem ukazuje, poruchy řeči nejsou přitom vázány na sociální postavení rodiny: děti vysokoškoláků jsou postiženy stejnou měrou jako děti pomocných dělníků. Dostál se domnívá, že zdravotní příčiny jsou pouze u malé části postižených. Ale u naprosté většiny dětí jsou lékaři i terapeuti zajedno, že příčinou narušení vývoje řeči těchto dětí je narůstající mlčení mezi rodiči a dětmi. Samozřejmě příčin tohoto mlčení je mnoho. Společně s Dostálem považují za viníka také sledování televize. Tento odborník dále uvádí: „V civilizovaných zemích aktivně sledoval dospělý televizi v 60. letech v průměru 1 hodinu denně, v roce 1980 již 2 hodiny, v roce 1998 téměř 3,5 hodiny denně. Tato doba znamená pro děti mlčení.“²³ Narůstající mlčení v rodinách má řadu dalších negativních dopadů a je třeba hledat cesty k nápravě tohoto stavu.

²² DOSTÁL, L. *Dítě a televize*. [online]. Poslední revize 29.9.2003 [cit. 2006-08-20]. Dostupné z: <<http://www.rodina.cz/clanek3397.htm>>.

²³ Ibid.

1.5. Bourdieu a jeho rozbor televize

Pierre Bourdieu²⁴ napsal knihu *O televizi*, jež se skládá ze tří částí: Televizní studio a jeho zákulisí, Neviditelná struktura a její účinky a Nadvláda žurnalistu. Právě v této knize se zabývá kritikou zavedeného systému práce s informacemi, cenzurou a vlivem televize na společnost. Citují: „Systematickou a hlubší analýzou přicházíme na to, že televize představuje velké nebezpečí pro různé oblasti kulturní produkce, pro umění, literaturu, vědu, filozofii, právo....“²⁵. Bourdieu se postupně zmiňuje téměř o všech médiích²⁶, která mohou šířit informace, a správně podotýká, že televize je nejrozšířenější pravděpodobně právě z toho důvodu, že je nejlehčeji sledovatelná. Divák, téměř v 90 % pasivní, nemusí nijak zvlášť namáhat mozek a stačí mu jen sledovat obraz. Ona největší výhoda televize je právě v obraze. Psychologicky je dokázáno, že obraz má na člověka obrovský vliv a vyvolává mnohem působivější zpodobnění reality a skutečnosti než jakékoliv jiné médium. Ano, shrnuto: televizor tvoří jakousi novou, náhradní realitu. Otázka se ovšem nabízí – je chyba v médiích (jak naznačuje Bourdieu), nebo v divácích? Televize se totiž neustále odvolávají na sledovanost a dle ní pak utvářejí skladbu programů. Sledovanost jim ukazují sociologické výzkumy, které přímo sledují, co divák od televizních programů požaduje. Tedy televize se snaží splnit divákovu poptávku. A jsme zpátky u nabídky a poptávky. Přizpůsobuje se televize lidem nebo se lidé přizpůsobují televizi?

Bourdieu v podkapitole Naléhavost a „Fast thinking“, která do jisté míry navazuje na to, co jsem již výše zmínila, lidem přiřkl jakousi nemožnost přemýšlet. Považuje je za subjekty, jež televize naučila přejímat hotové názory jiných. V druhé části Neviditelná struktura a její účinky vyzdvihuje zásadní a nejdůležitější fakt: televize dokáže v jednom okamžiku soustředit pozornost velkého množství lidí k jedinému tématu. Tvrdí, že kvůli docílení velké sledovanosti zaznamenává spíše bezproblémová témata, která vyhovují všem. Dochází zde k jistému boji proti zatěžování diváka přemýšlením. A zde se autor asi nevědomky

²⁴ Pierre Bourdieu (1930-2002), francouzský sociolog

²⁵ BOURDIEU, P. *O televizi*. Brno: DOPLNĚK, 2002. ISBN 80-7239-122-4

²⁶ Jediným médiem, kterým se nezabývá, je internet, což je ku podivu, neboť dvě ze tří přednášek jsou z roku 1996.

dostal k jádru reality show. Bourdieu mluví o bagatelizaci, která s sebou přináší problémy. Za hlavní je možné považovat bulvárnost. A ten, kdo připravuje televizní program, jde vstříc divákovi, aby jen přijímal a nezamýšlel se. Pro televizi, potažmo média, se opět otevírá zásadní otázka: přizpůsobit se proudu, anebo jít proti němu.

I další podkapitola pojmenovaná Kolaborace se trochu dotýká reality show. Autor podrobně mluví o tom, jak jednotlivé televizní stanice uměle vytváří své „hvězdy, moderátory a odborníky atd.“ tím, že se o nich nejenom vhodně zmiňují, ale uvedou je i ve vhodném pořadu. Tím se dostáváme ke kruté pravdě - rozhoduje spíše vnější vzhled než vědomosti. Bourdieu vidí cestu v tom, aby nezávislí producenti vyšli do ulic a bojovali za lepší podmínky pro šíření informací. Ovšem nedovedu si odpustit, proč by to dělali? Vždyť se takto dobře užíví. A pokud by se třeba jen nějakí dohodli, „převálcovala“ by je konkurence.

1.6. Archeotelevize a neotelevize

Dějiny televize rozdělil Umberto Eco²⁷ do dvou etap, jak ve své knize *Tyrannie médií* uvádí Ignacio Ramonet²⁸, a to etapy archeotelevize a neotelevize. Archeotelevize je období televize před 80 lety, kdy lidé, kteří se objevovali na obrazovce, byli nějak významní, např. politici, vynálezci, herci atp. Byli svátečně oblečení a mluvili výhradně spisovně. Televize byla vyvoleným místem jen pro ty nejlepší. Druhou etapu pak nazývá neotelevizí, kdy právě s nárůstem různých her a show začali v televizi v hojném počtu vystupovat obyčejní lidé, bez zásluh, kteří nemuseli mluvit spisovně, mohli být oblečeni nesvátečně a vyprávět v podstatě o čemkoliv. Jako by se nám to „televizní pódium“ pro nejlepší z etapy archeotelevize proměnilo na „televizní zrcadlo“, které odráželo to, jací jsme. Ignacio Ramonet poté ještě přidává třetí etapu, tzv. posttelevizi, která je právě reprezentovaná reality show, jako je Big Brother atd., kdy veřejnost, dobrovolníci, vstupují do televizních seriálů – na rozdíl od neotelevize, kde vstupovali do pomíjivého jednoho pořadu. Tím se zmínění dobrovolníci stávají postavami dlouhodobého vyprávění. Ramonet právě upozorňuje, a shoduje se v tom s Bourdieum, na tzv. celebrity na jedno použití, které se rodí z obyčejných osob, jež jsou vytaženy ze svých životů a přeměněny v postavy určitých „reálných fikcí“, protože jakmile jsou jednou vtaženy do určitých podmínek, přestávají být samy sebou a hrají určité role. Právě rychlost, s jakou se rodí celebrita, fascinuje i pohoršuje naši společnost. Ramonet ovšem poukazuje na to, že rychlost, s jakou média kvůli konkurenci celebrity „vypěstují“ a využijí, odpovídá rychlosti, s jakou se jich i zbaví, když se omrzí a přestanou být „zajímavé“.

²⁷ Umberto Eco - italský sémiolog, estetik, filozof a spisovatel, jeden z nejvýznamnějších představitelů postmoderny a avantgardy 60. let 20. století, vyučuje na univerzitě v Bologni.

²⁸ Ignacio Ramonet – španělský novinář, spisovatel, teoretik médií a filozof pracující ve Francii

2. Reality show obecně

2.1. Historie reality show

Původ slova reality show je v angličtině a znamená doslova přehlídka skutečnosti nebo i skutečná přehlídka. Vznik spadá až k roku 1948, kdy televize CBS odstartovala show jménem *Candid Camera* (Skrytá kamera). Zajímavé je, že tato show má své kořeny v rádiovém vysílání. Allen Funt²⁹ spustil v rádiu ABC Radio Network v roce 1947 *Candid Microphone* (Skrytý mikrofon), což byl pořad, který využíval skrytého mikrofonu k odhalení různých reakcí lidí. O rok později se tento pořad zařadil do televizního vysílání americké stanice CBS. Protože CBS zaznamenalo s *Candid Camera* obrovský úspěch, podobné pořady začaly vznikat jak na běžícím pásu. CBS v roce 1955 vyrazilo s *Wanted*, kde se řešily zločiny uprchlíků a dělaly se rozhovory s jejich rodinami, policisty atp.

Dokonce i PBS (Public Broadcasting Service³⁰) se zapojila a v roce 1973 odvysílala *An American Family* (Americká rodina). Rodina Loudova tehdy vpustila do svého domu Gilberta Craiga, který natočil 300 hodin filmového materiálu, z čehož později bylo odvysíláno pouze 12. Nicméně 10 miliónů diváků sledovalo s úžasem nejen rozpad nukleární rodiny Loudových. PBS přišla ještě s *1900 House* (Bydlení 1900), kdy rodina Bowlerových v roce 1999 strávila 3 měsíce v domě zařízeném zcela ve stylu roku 1900.

V roce 1974 byl v Anglii vytvořen duplikátní pořad *The Family* (Rodina), který sledoval Wilkinsovi z Readingu, kteří patřili k tzv. pracující třídě. V roce 1992 Austrálie mohla shlédnout *Sylvania Waters*³¹ o rodině zbohatlíků Baker-Donaherových právě ze Sylvania Waters.

Pravděpodobně nejvíce inspiroval k odstartování reality show pořad *COPS* (Policisté), který byl poprvé odvysílán 11. března 1989. Stanice FOX Network byla za tento pořad 4x nominována na cenu Emmy³². Divák sleduje policii přímo v akci, slyší každé slovo – jak kriminálních, tak policistů. Bylo odvysíláno již 600 dílů, přičemž v některých mohli diváci sledovat i policisty z bývalého Sovětského svazu, Londýna a třeba i z Hong Kongu.

²⁹ Allen Funt (16. 9. 1914 – 7. 9. 1999) - rozhlasový a televizní producent

³⁰ Public Broadcasting Service - nekomerční televizní stanice zaměřená na vzdělávání

³¹ Sylvania Waters - předměstí Sutherland Shire, části na jihu Sydney v Austrálii

³² Ceny Emmy – americké televizní ceny, obdoba filmových Oscarů

Nicméně jednoznačně *An American Family* dala vzniknout pořadu *The Real World* (Opravdový svět) vysílanému na MTV, kdy kamera sleduje 7 navzájem cizích lidí žijících pohromadě; každá série se odehrává v jiném městě a právě teď se odehrává šestnáctá! Zajímavé je, že účastníci této show nedostávají žádnou finanční ani jinou odměnu. Vzhledem k neobvyklé popularitě těchto pořadů se koncem 90. let staly reality show nedílnou součástí televizních stanic, takže se v Evropě v roce 2000 zrodil např. *Big Brother*³³ (Velký bratr), ve Spojených státech *Survivor* (Ten, kdo přežil) atd., seznam by zabral několik stran.

³³ Název reality show *Big Brother* byl převzat z románu George Orwella *1984*, publikovaného v roce 1949, kdy postavy v tomto románu žijí pod neustálým dohledem kamer a mikrofonů, tedy v absolutně diktátorském režimu. Vůdce tohoto režimu si říká *Big Brother* a celý román je provázen sloganem: *Big Brother is watching YOU!* (Velký Bratr TĚ sleduje!).

2.2. Dělení reality show

Reality show můžeme rozdělit do několika kategorií. V některých je divák a kamera pasivním pozorovatelem a sleduje účastníky reality show při jejich běžných osobních a profesionálních aktivitách. Tento styl natáčení se často nazývá „fly on the wall“ (dívání se do karet) či cinéma vérité, a je jím např. výše zmíněný pořad *COPS*. Další show staví účinkující do role soutěžícího nebo do uměle vytvořených podmínek, na něž musí reagovat (např. *Survivor*). Jiné reality show jsou konstruovány pomocí střihu nebo plánovaných situací s výsledkem podobným „mýdlovým operám“³⁴ – odtud pojem docusoap. Experti tvrdili, že úspěch televizních reality show tkví ve schopnosti umístit obyčejné lidi do neobyčejných situací. Například na stanici ABC v show *The Bachelor* (Svobodný) nesezdaný muž chodí s deseti ženami současně, cestuje na neobyčejná dostaveníčka do Napa Valley³⁵ a do Vailu³⁶. Totéž poté funguje, i když neobyčejní lidé (celebrity) jsou obkloповáni obyčejnými okolnostmi. Příkladem jsou *The Anna Nicole Show*³⁷ (Show Anny Nicole, viz příloha 7), *The Osbournes*³⁸ (Osbornovi), *The Simple Life*³⁹ (Jednoduchý život, viz příloha 8), *The Surreal Life*⁴⁰ (Surrealistický život) a *Newlyweds*⁴¹ (Novomanželé). Tuto skupinu reality show bychom tudíž mohli nazvat jako reality slavných versus reality obyčejných.

Jiným typem reality show jsou tzv. skryté kamery, které zabírají náhodné kolemjdoucí střetávající se s inscenovanou situací. Právě reakce kolemjdoucích

³⁴ Originálně soap operas – televizní seriály

³⁵ Napa Valley – slavná vinařská oblast v Californii, USA

³⁶ Vail – vyhlášená lyžařská oblast v Coloradu, USA

³⁷ Show Anny Nicole – tento sitcom ukazoval Annu Nicole Smith, modelku, Playboy playmate roku 1993 a herečku, která se především proslavila svou svatbou s 89letým bilionářem Marshalllem, kdy navíc přibrala 31 kg.

³⁸ Osbornovi – americká reality show, která zveřejňovala každodenní život rockera Ozzyho Osborna a jeho rodiny.

³⁹ Jednoduchý život – televizní show stanice FOX představovala Paris Hilton, dědičku Hilton hotelů, a její kamarádku Nicole Richie, adoptovanou dceru zpěváka Lionela Richieho, v podmínkách pro ně drsných, např. na kravské farmě.

⁴⁰ Surrealistický život – show, jež ukazovala skupinu cca 7 slavných, které umístila do domácnosti podobné Velkému bratru.

⁴¹ Novomanželé, jak sám název napovídá, byla reality show, která nás seznamovala s životem novomanželů. Jessica Simpson, slavná americká pop zpěvačka, a Nick Lachey, americký zpěvák a herec, se vzali v říjnu 2002 a rozvedli v prosinci 2005, přičemž show byla vysílána od srpna 2003 do března 2005.

mohou diváky pobavit, ale odhalují též pravdu o lidském chování. O pořadu *Candid Camera* (Skrytá kamera) zde již byla řeč v úvodu, ovšem nezmínila jsem se o filmu z roku 1970 s názvem *What Do You Say to a Naked Lady?* (Co řekneš nahé ženě?), který produkoval Allen Funt, tedy otec pořadu Skrytá kamera. Film byl studií sexuality právě pomocí skryté kamery. Moderní variantou byl například britský *Trigger Happy TV* (Spouštěč šťastné TV), kdy její hlavní hrdina moderátor Dom Joly např. křičel do mobilního telefonu na místech, kde by měl být klid, tj. na golfovém hřišti nebo v knihovně atp.

Neměli bychom opomenout tzv. reality game shows, při kterých jsou účastníci filmováni za téměř neměnných a uzavřených podmínek, zatímco bojují o výhru. Čím se ovšem liší od ostatních klasických televizních pořadů, kde sledujeme soutěžící bojovat o výhru, např. od *Milionáře?* Právě tím, že v těchto reality game show je divák vyzván, aby hrál aktivní roli v rozhodování o vítězi. Obvykle se tak děje eliminováním účastníků (zamítavým volením) nebo volením toho nejoblíbenějšího. Pravděpodobně tím nejlepším příkladem je *Velký bratr* – všichni účastníci hrají o finanční odměnu a diváci svým hlasováním rozhodují o výherci. Samozřejmě, že i zde se vyskytují obměny – např. britská show *Pop Idol* (Popový idol)⁴², která byla populární po celém světě, a podobně globalizované show *The Weakest Link* (Nej slabší článek)⁴³ a *Who Wants To Be A Millionaire* (Chcete být milionářem). Jsou toto skutečné reality show nebo jednoduše moderní inkarnace tradičních her nebo ukázek talentů? Nicméně náhlý rozkvět jejich globální popularity ve stejnou dobu jako příchod „realitního bláznovství“ vede mnoho lidí k zahrnutí těchto show pod pojem tzv. reality show.

V neposlední řadě je skupina tzv. seznamovacích show, které sledují soutěžící při výběru toho pravého, popř. té pravé. Nevhodní nápadníci či nápadnice jsou postupně eliminováni až do konce, kdy zůstane pouze soutěžící a jeho nový partner. Do této kategorie by nám zapadl již zmíněný *The Bachelor* (Svobodný). Dnes již babičkou této skupiny je *The Dating Game* (Seznamovací hra), která byla poprvé odvysílána 20. 12. 1965 televizní sítí ABC a naposledy 6. 7. 1973. Svobodná žena

⁴² Pop Idol je českému publiku znám jako Česko hledá superstar.

⁴³ The Weakest Link byla u nás vysílána televizí Nova pod názvem Nej slabší! Máte padáka!

dávala otázky třem svobodným mužům, kteří byli mimo její výhled, na konci dotazování měla sdělit, se kterým mužem by šla na schůzku zaplacenou právě tímto pořadem. Zajímavostí je, že se této show účastnily tehdy ještě neznámé, ovšem později velice slavné osobnosti, jako např. Burt Reynolds, Michael Jackson, Arnold Schwarzenegger, Tom Selleck (ten se dokonce účastnil 2x a pokaždé prohrál) atp. U nás byly začátkem 90. let uváděny asi tři pořady tohoto typu, ovšem diváka nijak zásadně nezaujaly. Můžeme se jen domnívat, že to bylo způsobeno tím, že divák nijak nemohl ovlivnit průběh těchto pořadů, či porevoluční euforií. Ovšem ve Francii v roce 2001 na kanálu M6 odstartovala tzv. Loft Story, výraz vznikl ze slova love story a loft⁴⁴, kdy 6 svobodných mužů a 5 žen ve věku do 35 let bylo uzavřeno deset týdnů, tj. 70 dnů (!) ve velkém loftu o rozloze 225 m², se zahradou a bazénem. Byli odříznuti od vnějšího světa a sledovaní po celou dobu kamerami. Vlastní volbou a ve spolupráci s diváky vytvořili ideální pár, který pak vyhrál neuvěřitelně drahý dům. V něm ovšem měli dalších 6 měsíců žít opět pod dozorem kamer, aby se dům stal jejich skutečným vlastnictvím. Je pravda, že k této druhé části show nedošlo a vítězný pár byl ubytován v létě 2001 ve vile v Saint Tropez.

Sportovní reality show jsou dalším typem, který se snaží vyprodukovat jediného vítěze z dané sportovní soutěže. Zatímco u reality show *The Contender* (Uchazeč)⁴⁵ se jedná o box, u *The Ultimate Fighter* (Poslední bojovník) se jedná o mix bojových umění. V každém díle potom vypadává ten, kdo prohraje.

Talk shows. Už sám název nám napovídá – „mluvící“ show. Většinou se jedná o interview moderátora/tázajícího se a hosta/hostů, kdy se baví o daném tématu. Nástup vulgárních témat přenesl klasická show právě do kategorie reality show, a z tohoto důvodu i uzavírají náš výčet různých druhů reality show. Ve Spojených státech k těmto talk show patří např. Ricki Lake⁴⁶ či The Jerry Springer Show⁴⁷. Posledně jmenovaná původně začala v roce 1991 politickými tématy, kterých se např.

⁴⁴ Loft – v poslední době velice populární, drahé bydlení v upravených obchodních či průmyslových prostorách, tj. velký prostor, např. o 150 m², který není nijak členěn na místnosti.

⁴⁵ The Contender – do češtiny přeloženo jako uchazeč, jelikož v angličtině se toto slovo většinou pojí s výrazem *championship*, a pak znamená kandidát na mistrovský titul či uchazeč o mistrovský titul.

⁴⁶ Ricki Lake – bývalá herečka, která si založila vlastní televizní show, kam si zve hosty a řeší s nimi jejich problémy.

⁴⁷ The Jerry Springer Show – tato show nese jméno po svém moderátorovi, bývalém starostovi Cincinnati, Ohio.

účastnil Jesse Jackson, ovšem kvůli malé sledovanosti se začala více zabývat šokujícími tématy, např. Čekám dítě se svým švagrem; Miláčku, pracuji jako prostitutka; Spím se svou matkou, a to právě za přítomnosti partnera nebo rodiny, kteří byli vybízeni ke konfrontaci. V roce 2000 téma Setkání soupeřících milenek vedlo k vraždě ženy, kterou spáchal její bývalý manžel se svou současnou partnerkou po odvysílání show, kde se všichni tři konfrontovali.

2.3. Reality show ve filmu

I filmoví tvůrci zareagovali na reality show. Snímek *The Truman Show* z roku 1998 je inspirován právě americkými televizními reality show a ve svém závěru nečekaně přerůstá až v moderní alegorii biblického motivu - vyhnání z ráje. Představuje Trumana Burbanka, který od narození až do svých 30 let netuší, že žije v obrovských filmových ateliérech, kdy je hlavní hvězdou televizního seriálu s celosvětovou popularitou a vysokou sledovaností. Všichni lidé, kteří ho obklopují, jsou hollywoodští herci a k nim patří i jeho žena. Tomuto obrovskému studiu, Trumanově rodnému městu, vládne producent, režisér a jeho stvořitel v jedné osobě Christof. Tahle Trumanova nevědomost musí jednou skončit a on se vzepře svému osudu. Ovšem ukáže se, že největším problémem nakonec není uvědomit si pravý stav věcí a skutečnou realitu, ale odhodlat se opustit falešný, ale zároveň bezpečný a dokonalý svět, ve kterém Truman žil.

Film režiséra Petera Weira *The Truman Show* upozorňuje nejen na moc a sílu médií, ale i na stále méně viditelnou hranici mezi realitou a jejím mediálním či virtuálním obrazem. Dalším filmem, který se zabývá podobným tématem, je *Ed's TV* z roku 1999 režiséra Rona Howarda.

Hlavní postavou filmu je Ed Pekurny, nenápadný prodavač z videopůjčovny, který se vždycky zajímal o své nejbližší okolí a byl schopný donekonečna vyprávět zábavné historky. Tento docela obyčejný muž si myslí, že nemůže nic ztratit, když přistoupí na výhodnou nabídku kabelové televize a stane se hrdinou jejich nové show. Během pár dnů z něj učiní show v přímém přenosu obrovský hit a prodavač se změní v mediální hvězdu a miláčka celého národa! Všechno se zdá být pro Eda báječné, ovšem do chvíle, kdy Ed ztratí hlavu a sblíží se s půvabnou přítelkyní svého bratra. Jejich soukromí se stává veřejným majetkem a kamery začnou lásce překážet. A právě v tom je háček, z dokumentárního seriálu se nedá jen tak utéct, diváci chtějí vidět romanci se vším všudy, a to až do konce. Ed si začíná uvědomovat, že mu show vzala jeho vlastní život a že vše je v podstatě tak trochu jinak, než si představoval.

Oba filmy řeší totéž – vztah mezi osobní svobodou a dohledem, mezi tím, jak něco vypadá a jaké to skutečně je, mezi soukromým životem a životem před veřejností. A oba filmy upozorňují, že ten mediální svět není vždy ten pravý – v obou významech slova.

2.4. Reality show v České republice

V předešlých kapitolách jsme se dozvěděli, že fenomén reality show opravdu není nový. Ovšem v našich podmínkách musíme konstatovat, že se jedná o pořad téměř v plenkách. Pořady, jako např. skrytá kamera či seznamovací pořady na způsob *The Dating Game*, dle našeho výše uvedeného rozdělení sice spadají do kategorie reality show, ovšem českým divákem nebyly nijak zvlášť zaznamenány, ani je divák většinou nijak nemohl ovlivnit. Nepovažují je tudíž za reality show jako *VyVolení* či *Velký bratr*. Nejprve byli čeští diváci seznámeni s pořadem *Česko hledá SuperStar* a konečně mohli svými hlasy ovlivnit jeho průběh. *Česko hledá SuperStar*, reality soutěž TV Nova o novou hvězdu českého hudebního nebe, která byla volena přímo diváky, se v televizi poprvé objevila 3. 2. 2004. Poté se stala nejsledovanějším pořadem v České republice. Dokonce se dočkala i druhého kola, které začalo 9. 1. 2005, a třetí řada soutěže oficiálně odstartovala dne 7. 6. 2006.

První česká televizní reality seznamka *Miliónový pár* byla spuštěna televizní stanicí Nova 16. 9. 2004. Hlavní motivací pořadu *Miliónový pár* bylo seznámení vybraných soutěžících před televizními kamerami. Na ploše třinácti dílů se měl vyprávět příběh dvaceti čtyř lidí, kteří hledají vztah. Cílem této moderní seznamky bylo vytvořit manželský pár, který by navíc získal do společného života jeden milión korun. Ale 8. 10. 2004 byl rozhodnutím vedení TV Nova stažen tento pořad z vysílání. V tiskové zprávě se mimo jiné k tomuto uvádělo: „Radek John, šéf projektu, navrhl zastavit reality show *Miliónový pár* poté, co vyšlo najevo, že kromě soutěžící Ester Ládové je objektem pornografického videa i druhá soutěžící dívka a třetí soutěžící pózovala pro erotické fotografie.“⁴⁸

Obyvatelé reality show *Velký bratr* (*Big Brother*) se nastěhovali nejen do svého domu, ale téměř do všech domovů díky televizní obrazovce dne 20. srpna 2005 a účinkující v pořadu *VyVolení* (viz příloha 9) dne 27. srpna 2005. Právě srpen 2005 byl seznámením s takovým typem vysílání, kdy jsme mohli sledovat soutěžící nepřetržitě úplně všude.

⁴⁸ [online]. Poslední revize 8.10.2004 [cit. 2006-05-21]. Dostupné z: <http://www.nova.cz/tiskove_zpravy/index.html?i=419&y=2004>.

5. září 2005 potom TV Nova spustila reality show Výměna manželek. „Je to reálnější než jiné reality show,“⁴⁹ tvrdil před spuštěním projektu jeho šéf Pavel Zuna. „Na rozdíl od zmiňovaných soutěží⁵⁰ se Výměna manželek odehrává v reálném prostředí, tedy v bytech účastníků soutěže.“⁵¹ Každý díl představil dvě na první pohled odlišné domácnosti po dobu deseti dní, které stráví žena v nové domácnosti pod dohledem nového chotě, nových dětí a televizní kamery. Pět dní se řídí pokyny „Manuálu domácnosti“, který pro ni připravila původní manželka, aby chod domácnosti nebyl narušen. Teprve po pěti dnech má právo změnit pořádek, předstoupí před rodinu a oznámí jim změny. V závěru pořadu se obě rodiny poprvé setkají a mají možnost konfrontace. Televize Nova v prosinci 2005 uskutečnila díky velkému diváckému úspěchu nábor na nové účinkující, aby natočila další díly.⁵²

V roce 2005 začalo na ČT1 vysílání pořadu Pošta pro tebe. Podstatou je, že diváci zašlou své příběhy na adresu ČT a ta se pokusí spor či vyznání lásky vyřešit tím, že najde osobu, jíž se událost týká, a pozve ji na natáčení, aniž by jí sdělila, za jakým účelem. Česká televize na svých webových stránkách uvádí, že jde o „zábavnou rodinnou show s prvky reality. Zábavný pořad určený nejširšímu rodinnému publiku, spojující talk show s atraktivními prvky žánru reality. Ve svém vyznění je co možná nejvíce pozitivní; přináší příběhy, ve kterých jde především o usmíření, pochopení, radost a lásku. Základem pořadu jsou emoce skryté v neopakovatelných lidských osudech, vyvolávající slzy dojetí nejen u diváků ve studiu a u obrazovek, ale i u samotných účastníků. Nabízí nečekaná setkání po letech, vyřešení dávných nedorozumění, hledání lásky, splnění tajných přání a snů apod. To vše před zraky diváků, kteří se stávají svědky opravdových a nefalšovaných projevů emocí lidí, jako jsou oni sami.“⁵³ Pořad se většinou skládá ze tří příběhů, přičemž se dramaturg Josef Viewegh snaží, aby byly odlišně laděny, např. vyznání

⁴⁹ [online]. Poslední revize 12.8.2005 [cit. 2006-05-14]. Dostupné z: <<http://bleskove.centrum.cz/reality-show/clanek.phtml?id=12122>>.

⁵⁰ Pavel Zuna měl na mysli Velkého bratra a konkurenční VyVolené.

⁵¹ [online]. Poslední revize 12.8.2005 [cit. 2006-05-14]. Dostupné z: <<http://bleskove.centrum.cz/reality-show/clanek.phtml?id=12122>>.

⁵² Vzhledem k zájmu o „skutečný život“ se až do současnosti objevují další reality show, např. Star Dance, Moje „milá“ tchýně atd.

⁵³ [online]. [cit. 2006-06-12]. Dostupné z: <<http://www.penize.czech-tv.cz/program/detail.php?idp=10096939672&day=1162854000&time=21:05&ch=1&deid=1073>>.

lásky střídá spor s matkou atp. Charakter pořadu ho pak řadí k prime-timeovému⁵⁴ programu. Zajímavé je, že tato show zůstává nezasazena kritickými výpady jako Big Brother či VyVolení. Domnívám se, že je to z několika důvodů: je „veřejnoprávní“, režíruje ji „umělecký“ režisér Igor Chaun a nemá příliš velkou sledovanost! A zde vstupuje do hry iracionální logika předsudku: Pošta pro tebe musí být tudíž kvalitnější!

⁵⁴ Prime-time znamená hlavní vysílací čas (19:00-22:00), tedy nejsledovanější období během dne, v pátek a sobotu trvá až do 23. hodiny.

2.5. Analýza reality show

Není pochyb o tom, že producenti si dostatečně rozmysleli a probrali své strategie střihu, aby zobrazili určité účastníky reality show jako hrdiny či jako darebáky, k čemuž přispívá i změna časové posloupnosti a prezentace vybraných situací. Krom toho, show používají podrobně vytvořených scénářů, výzev a nastavení podporujících konflikty a mezní chování. Doposud nebylo prokázáno, že tyto pořady mají pevný scénář. Zůstává tedy jen u hypotéz, že výherce je předem dán. Jedna výjimka ovšem může být, a to jsou reality show z oblasti sportu: účastníky jsou začínající atleti, kteří se snaží uspět v tomtéž sportu i v opravdovém životě. Proto je nastavení těchto sportovních show skutečné. Již zmíněná sportovní show *The Contender* se stala první americkou show, ve které po vyřazení jeden z uchazečů spáchal sebevraždu. V každé sezóně *The Ultimate Fighter* nejméně jeden z účastníků show dobrovolně odstoupí nebo vyjádří tuto touhu z důvodu konkurenčního tlaku. Obecně velmi specifické smlouvy podepsané účastníky/herci reality show jim zabraňují komentovat detailně proces vzniku pořadů, což by veřejně osvětlilo, jak „reálné“ show jsou. Výjimkou je Irene z *The Real World Seattle*, která veřejně promluvila a absolutně odmítla jakoukoliv reálnost této show. Navíc na jednom webovém blogu uveřejnil v říjnu 2005 člověk, který si říkal „Famous on TV“, že se účastnil reality show (neuvádí žádná bližší specifikata), a celý proces přesně popsal.

Reality show jsou kritizovány těmi, kdo cítí rozpínavost tohoto žánru v televizních řetězcích na úkor scénářových programů. Prostor totiž dostávají i z toho důvodu, že jejich výroba je levnější než výroba scénářových programů. (Omezený štáb, celé natáčení probíhá většinou ve studiu nebo v opuštěné bývalé tovární hale s omezenými kulisami a rekvizitami, které se v podstatě nemění, a téměř žádná postprodukce, tedy výrobní náklady minimální.)

Ovšem v českých případech musíme připočítat licenci, protože televize kupovaly již zaregistrovanou značku. Nákup licence Big Brother televizí Nova neznáme, ale generální ředitel televize Prima Martin Dvořák sdělil, že licence VyVolených stála 150 miliónů českých korun. V rozhovoru uveřejněném na <http://www.radiotv.cz/> ředitel programu televize Prima uvedl, že výroba první série VV stála cca 120 miliónů korun. A co se týče odměny pro výherce, tu hradí

v podstatě sponzoři. Nesmím jistě opomenout pokuty, které obě televize během vysílání dostaly. Prima celkově v hodnotě 22,5 miliónů korun od RRTV⁵⁵! Rada podala pět žalob a uvažuje o dalších, soud o nich doposud nerozhodl. I přes to se vyplatilo televizi Prima zahájit druhou sérii VyVolených (příloha 10).

⁵⁵ RRTV, t.j. Rada pro rozhlasové a televizní vysílání, je zřízena zákonem č. 231/2001 Sb. jako správní úřad, který vykonává státní správu v oblasti rozhlasového a televizního vysílání a převzatého vysílání. Rada dohlíží na zachovávání a rozvoj plurality programové nabídky a informací v oblasti vysílání a převzatého vysílání, dbá na jeho obsahovou nezávislost a plní další úkoly stanovené právními předpisy.

2.6. Cílová skupina a sledovanost vybraných reality show

Dle výše zmíněného zjednodušeného popisu jednotlivých pořadů si přibližně dovedeme představit, komu jsou svými tvůrci určeny. Lidové noviny asi po měsíci vysílání reality show přinesly zprávu o tom, že tvůrci české podoby reality show se zmýlili v cílové skupině diváků. Předpokládali, že největší sledovanost bude u populace ve věku 20 - 40 let. Ale ukázalo se, že největší sledovanosti se těší u mladší populace ve věku 6 – 18 let.

Top 20 TV Nova na <http://www.nova.cz/sledovanost/tydenni.html> zveřejňuje nejsledovanějších 20 pořadů během týdne, kdy údaje jsou uváděny v procentech a sledují se diváci starší patnácti let. Ve 39. týdnu (od 24. 10. do 30. 10. 2005, tedy někdy uprostřed vysílání BB) byly na 1.-8., 10.-15., 17., 19.-20. místě TV Noviny (případně Sportovní noviny a počasí), 16. a 18. místo zaujal seriál Ordinace v růžové zahradě. Na obsazení prvních sedmi míst potřebovaly Televizní noviny rozsah TVR⁵⁶ od 29,8 % do 36,1 %, share⁵⁷ 68 % až 71 %. Hlavní zpravodajskou relaci televize Nova tedy sleduje prakticky pravidelně bez výkyvů téměř 3/4 populace nad 15 let. □□Reality show Výměna manželek ve stejném týdnu obsadila 9. místo, Big Brother se v tomto týdnu mezi nejsledovanějších 20 pořadů nedostal. To, že se BB příliš nedařilo (a to především ve srovnání s Vyvolenými vysílanými v televizi Prima), bylo v médiích často uváděno. Ovšem ve 34. týdnu (22. - 28. 8. 2005) byl BB na 8. místě, ve 35. týdnu na 12. a 13., 36. týden byl na 16. místě (17. místo obsadila Výměna manželek) a ve 37. týdnu se poprvé BB neprosadil (Výměna manželek 14. místo). 38. týden byl Big Brother na 10. místě, Výměna manželek na 13. místě. 39. týden byl již výše zmíněn a až do 50. týdne se BB neprosadil. Výměna manželek oscilovala od 39. do 49. týdne mezi 9. - 17. místem (v průměru na 10. místě). V 50. týdnu, přesně 18. prosince 2005, kdy bylo finále Big Brother, zaujala Výměna manželek 18. místo a BB 10.

⁵⁶ TVR (Television Rating) - znamená sledovanost, kolik diváků dané sociodemografické skupiny projevilo o televizní nabídce zájem a věnovalo se jejímu sledování, je to poměr počtu diváků určité cílové skupiny sledujících tuto stanici za určitý časový úsek k celkovému počtu osob v této cílové skupině v populaci, vyjádřený v procentech.

⁵⁷ Share – znamená podíl na sledovanosti, tato hodnota se odvozuje od sledovanosti a vyjadřuje rozdělení diváckého zájmu o jednotlivé televizní stanice. Udává se v procentech a vypovídá o tom, jaké procento diváků dané cílové skupiny, kteří jsou v danou dobu u televizorů, sleduje konkrétní pořad na té které stanici.

Televize Prima obdobné statistiky nedává k dispozici, cituji proto z tiskové zprávy Jany Malíkové ze dne 25. října 2005: „Program Prima TV sledovalo ve 42. týdnu v průměru 26,52 % televizních diváků starších 15 let. V hlavním vysílacím čase upřednostnilo Primu v průměru 28,26 % dospělých diváků přítomných u televize. Hlavní pořady reality show *VyVolení* vidělo minulý⁵⁸ týden v průměru 1,446 miliónu diváků starších 15 let (TVR 16,9 %), což je 36,01 % dospělé populace přítomné u televizních obrazovek. Nejsledovanější byla čtvrtěční *Výzva*⁵⁹, kterou sledovalo 1,700 miliónu diváků starších 15 let (TVR 19,9 %), tedy 52 % dospělých diváků právě přítomných u televizních obrazovek.“⁶⁰ □□

Toto jsou skutečně velmi dobré výsledky, pokud budeme brát v potaz, že v případě reality show není relevantní cílová skupina 15+, ale spíše bychom potřebovali skupinu 12 - 29 let, kde předpokládáme sledovanost vyšší. Pomoci nám může stále široká cílová skupina 15 - 44 let: „Prima nadále boduje u diváků ve věku 15 až 44 let, v minulém týdnu ji sledovalo průměrně 29,23 % diváků v uvedeném věku. V prime time (19 - 23 hodin) činil podíl Prima TV 34,23 % televizních diváků 15 - 44 let.“⁶¹ □□ Dozvídáme se tedy, i když velmi nepřesně, kdo se na reality show dívá. Ovšem víme, kdo se na ni nedívá: diváci pod 15 let (což samozřejmě není pravda, ale bohužel nejsou zahrnuti ve sledované skupině, a tudíž s nimi objektivně nemůžeme počítat), a s částečnou jistotou víme, že jsou to členové cílové skupiny starší 44 let. Tyto starší diváky zpravidla kontinuální, denodenní přísun informací o *VyVolených*, jak ukazovaly průzkumy, buď nezajímá, nebo jim vadilo, že reality show zásadně změnila zaběhnuté programové schéma. Je jasné, že mladí lidé (15 – 35 let) jsou pro inzerenty nejzajímavější cílovou skupinou. Prima tedy výrazně posílila sledovanost, a to zejména v této cílové skupině. Rekordní počet hlasů mířil od diváků finále reality show *VyVolení* do Prima TV: telefonátů a sms bylo dohromady 1,264.411. Finále *VyVolených* se zároveň stalo historicky nejsledovanějším pořadem televize Prima. Poslední večer ze života *VyVolených* (11. 12. 2005) sledovalo 2.207 miliónu dospělých diváků (15+). Tento úspěch

⁵⁸ Minulý týden v tomto citátu znamená týden 17. – 21. 10. 2005.

⁵⁹ *Výzvou* se označovala část vysílání, kdy si jeden *VyVolený* volil svého soupeře do tzv. vyřazovacího *Duelu*.

⁶⁰ MALÍKOVÁ, J. *Výsledky Prima TV v minulém týdnu*. [online]. [cit. 2006-05-18]. Dostupné z: <<http://www.iprima.cz/primatv/?4683e=9706&666e=957&961e=4681>>.

⁶¹ *Ibid.*

zapříčinil zajisté pokračování sérií VyVolených i vysílání nové reality show Chůva v akci. Je pravděpodobné, že druhým zmíněným pořadem chce Prima navázat na úspěšnost pořadu konkurenční televize Nova Výměna manželek, čímž by si mohla i napravit sledovanost cílové skupiny 44+. Asi není jen náhoda, že vysílání pořadů je u obou konkurenčních televizí přibližně ve stejnou dobu. Pro úplnost jako přílohu číslo 11 uvádím tabulku Sledovanost: VyVolení vs. Big Brother.

2.7. Důvody sledovanosti reality show

Domněnek, co diváky vede ke sledovanosti reality show, je více, ale navzájem se doplňují. Uvědomme si, že i negativní vyjadřování k reality show znamená, že jsme je někdy museli zhlédnout, a i tím přispíváme k jejich sledovanosti. O kladný či záporný postoj vlastně ani nejde. Jde o to, že divák má televizi v době vysílání reality show puštěnou. 54 % dotazáných na otázku, co vás nejvíce láká na sledování *VyVolených* a *Big Brother*a, odpovědělo, že jsou zvědaví, kam až vztahy soutěžících dojdou, zda si půjdou po krku či se do sebe zamilují nebo zda bude k vidění sex v přímém přenosu. 26 % lidí pak přiznalo, že ačkoliv jim soutěžící nejsou sympatičtí a dění ve vile spočívá v hádkách, zvědavost jim nedá přepnout na jiný kanál. Rozhodně se 82 % lidí shoduje: „Hra bude zajímavější, když tam budou lidi, co si jdou po krku. Sledovat, jak jsou na sebe lidi hodní, to by nemělo ty správný grády.“⁶² Je nás tedy většina voyeurů⁶³? Dovolím si zde uvést rozhovor mezi Francoisem Truffautem⁶⁴ a Alfredem Hitchcockem⁶⁵:

A.F.: Ano, ten muž je voyeur, ale cožpak nejsme všichni voyeurři?

F.T.: Všichni jsme voyeurři, jinak bychom se nedívali na filmy s intimní tematikou. Fotoreportér v Okně do dvora se ostatně před svým oknem ocitá v situaci diváka sledujícího nějaký film.

A.F.: Vsadím se s vámi, že kdyby na druhé straně dvora byla svlékající se žena nebo prostě jen nějaký muž, který uklízí svůj pokoj, devět lidí z deseti by neodolalo pokušení je pozorovat. Mohli by odvrátit pohled a říct si: `To se mě netýká,` mohli by zavřít okenice, ale ne!, neudělají to, počkají s tím, aby se mohli dívat.⁶⁶

Ano, mohli bychom odvrátit pohled a televize vypnout, ale ono to puzení je pravděpodobně silnější.

Další důvod byl již naznačen v kapitole Volný čas. Téměř všechen svůj volný čas věnujeme televizi. Tedy i reality show.

⁶² *Katka*. 27. 9. - 3. 10. 2005, 11. ročník, číslo 40/2005. Praha: Burda Praha, 2005. 1x týdně.

⁶³ Voyeurismus, m.(fr. voir = vidět) voyerství, dosažení sexuálního požitku pohledem na obnažené části těla (genitálií) jiných osob

⁶⁴ Francois Truffaut (1932-1984) – francouzský režisér

⁶⁵ Alfred Hitchcock (1899-1980) – britsko-americký režisér, který natočil film *Rear Window* (Okno do dvora) v roce 1954, v němž fotoreportér s nohou v sádře znehybněný ve svém bytě z nedostatku jiné činnosti pozoruje chování sousedů bydlících naproti.

⁶⁶ HITCHCOCK A. *Rozhovor Hitchcock – Truffaut*. Praha: Čs. film. ústav, 1987.

2.8. Bezbrannost dětí vůči reality show

S fenoménem reality show jsme se setkávali denně v různé podobě nejen my dospělí, ale i děti. Šlo se vůbec tomuto tlaku ubránit? I pro dospělé to bylo vyloučené, protože chtět nechtět jsme do světa reality show byli vtahováni takřka na každém kroku. A co teprve děti! Chtěly skutečně sledovat reality show? Mezi žáky se častěji než o zkoušení mluvilo o tom, co se dělo ve vilách. Hlavními tématy bylo: jaké úkoly musí ve vilách splnit, kdo je s kým a proti komu a co se dnes ve vile stane. Ten, kdo reality show nesledoval, jako by ani v kolektivu nebyl. Jak už bylo výše zmíněno, přestože mnozí včetně tvůrců reality show čekali, že své příznivce najdou mezi středoškoláky a uční, staly se oblíbenými mezi mladšími žáky. Autorka článku *Vyvolení velcí bratři a jejich malí obdivovatelé Daniela Kramulová* píše: „Stačilo mezi sedmou a osmou ranní nastoupit do autobusu a nepřeslechnutelné hlásky žáků prvního stupně si vzrušeně sdělovaly, co udělal Vladko, co řekla Regina, jak se tvářila Kačka a kdy že to byl ten první sex - zatímco opodál stojící čahouni z učňáku lakonicky poznamenali, že včera to byla fakt nuda, a vrátili se k tématu stahování hudby z netu.“⁶⁷

Přitahuje děti zakázané ovoce v podobě toho „pravého, reálného“ života dospělých? Anebo jde jen o to, že nemají jiné zájmy a sledují to, co v televizi zrovna je? Nejsou ještě další důvody? K dětství jaksi patří toužit po tom být dospělý. Dodnes si pamatuji, jak jsem svým starším sestrám záviděla, že jdou večer do klubu a já musím sedět doma. Podotýkám, že jedna je starší o pět let a druhá o tři roky. Je to stejné jako s první cigaretou, která je nepoživatelná, ale prostě to musíme vydržet, protože dospělí kouří. A tak bychom mohli pokračovat s alkoholem, líbaním atd. Takže reality show dětem umožňují dozvědět se o tom „zakázaném“ víc. Televize bezesporu neoddelitelně patří k životu dospělých i dětí. A je také známo, že právě děti jsou náchylné více podléhat tlaku reklamy. Reklama na reality show byla vskutku masivní a v nejrůznější podobě. Ani dospělí neměli na výběr. Televize má aspoň knoflík, který lze zmáčknout a přestane na nás Vladko⁶⁸ hystericky řvát. Ale všechny deníky, týdeníky a časopisy byly plné informací o reality show. Druhým rokem

⁶⁷ KRAMULOVÁ, D. *Vyvolení velcí bratři a jejich malí obdivovatelé*. [online]. [cit. 2006-06-12].

Dostupné z: <<http://www.portal.cz/scripts/detail.php?id=8731>>.

⁶⁸ Vladko – soutěžící první série *VyVolených*

vychází i speciální časopis SuperSTAR, kde jsme se mohli dozvědět všechny „zajímavosti“ o účastnících reality show. Dokonce i v rádiu se debatovalo o reality show. Nebylo doslova kam se schovat, aby na nás nevyskočil někdo nějak spjatý s reality show, a to jste mohli být sebevíce zaneprázdnění. Ke sledovanosti reality show a jejich oblíbenosti mezi dětmi (i mládeží) přispěl velkou měrou i způsob komunikace moderátorů. Nemyslím teď jenom ten klasický slovní a intonačně teenagerovský projev na způsob: „Jo, teď jsi fakt in! Tohle je tak cool!“ Ale bohužel i tolik líbivý a podmanivý obsah. Nikdy nezapomenu na rozhovor moderátorky Terezy Pergnerové⁶⁹ s jedním z VyVolených při Duelu⁷⁰. Byla položena otázka na nejvyšší dosažené vzdělání jednoho účastníka Duelu. Ten začal s odpovědí váhat a v podstatě nic určitého neřekl, nebylo jasné, jakého vzdělání dosáhl. Načež výše zmíněná moderátorka pronesla: „Ale nám to můžeš říct, není se za co stydět. Vždyť ani já jsem nedokončila konzervatoř, takže mám také pouze základní školu...a vidíš, nestydím se za to. Jsem schopná říct to otevřeně, prostě to tak je.“ Ono to prostě tak bylo, jen jsem byla šťastná, že jsem v tu chvíli neměla dítě, se kterým bych řešila záškoláctví a důležitost vzdělávání pro život.

Zamýšlíme se nad bezbranností dětí vůči tlaku okolí, kterému jsou vystaveny a který je nutí sledovat reality show. Objevily se ale i akce na obranu dětí. Poslankyně Jana Hamplová rozvířila politickou scénu, když prohlásila, že pořad Výměna manželek porušuje základní práva dětí. Je přesvědčena, že pořad Výměna manželek je k dětem krutý. Jsou prý prostě využity a záběry z jejich soukromí sledují statisíce diváků. Reakce byly různé. Některé poukazovaly i na to, že je nepochopitelné za pouhých padesát tisíc korun⁷¹ riskovat zhroucení doposud zvenčí nenapadnutelné a v rámci vlastních možností funkční rodiny. Senát byl půdou pro veřejné slyšení, které uspořádali dne 20. 2. 2006 senátoři Výboru petičního, pro lidská práva, vědu a vzdělávání. Projednával se dopad reality show na veřejnost, zejména pak na děti a mládež. Popudem k tomuto veřejnému slyšení byla petice podepsaná 17 000 občany,

⁶⁹ Tereza Pergnerová (nar. 1974) - bývalá moderátorka hitparády ESO, která se proslavila svou drogovou aférou, během níž počala svého syna, v současné době moderuje na rádiu.

⁷⁰ Duel je posledním krokem, který může vybrané VyVolené zachránit a vrátit zpět do Vily, a tím i do hry. Na konci Duelu se do Vily vrátí ten, který od diváků získá více hlasů. Vítěz Duelu tedy zůstává nadále ve Vile, účastník Duelu, který získá hlasů méně, ve hře končí. Duel se vysílá na týdenní bázi a během něj moderátorka kladla různé otázky ohledně osobního života obou zúčastněných.

⁷¹ Účastník reality show Výměna manželek dostal jednorázovou odměnu 50.000,-Kč.

kteřá byla doručena do Senátu. Tomuto slyšení byli přítomni oba ředitelé komerčních televizí Prima a Nova Martin Dvořák a Petr Dvořák, zástupci příslušných ministerstev, senátoři a zástupci odborné veřejnosti, za Radu pro rozhlasové a televizní vysílání byl přítomen ředitel Petr Pospíchal a za Radu České televize Milan Horálek. Řešilo se zejména, jak tyto pořady usměřňují názory a formují děti a mládež. Mládež a děti najednou neprožívají svůj život a sžívají se s životy svých tzv. hrdinů. Petice zmínila i jednu zásadní věc, se kterou plně souhlasím, aby si zástupci médií a komerčních televizí uvědomili a převzali odpovědnost za vliv, který mají na děti a mládež. Byl vznesen požadavek, aby došlo k co největšímu omezení obdobných typů pořadů a nebyly uváděny v hlavních vysílacích časech. Marie Nováková, učitelka a jedna z iniciátorek petice, hovořila na veřejném slyšení, kde zastupovala petenty, o jevech, jež jsou součástí reality show a jež jsou televizí dětem a mládeži podsouvány, např. tolerování lží, drobné podrazy a úskoky a především dosažení úspěchu za každou cenu. Petice zmínila ještě jednu neméně závažnou skutečnost, a to každodenního společníka v reality show – alkohol a cigarety, které doprovázejí diskuze a řešení problémů. Zajímavostí bylo, že zástupci obou komerčních televizí se shodli, že jsou ochotni i nadále diskutovat o tom, co je v reality show únosné a co není. Ředitel televize Prima Martin Dvořák uvedl, že cíl soukromých televizí je v daných mantinelech bavit, získat co největší sledovanost a vydělat co nejvíce peněz, zároveň však podotknul, že sám jako otec pětiletého syna s názory petentů může souhlasit, a upozornil, že televize by neměla ve výchově nahrazovat roli rodiny. Vlastimil Balín, člen Výboru pro vědu, kulturu, lidská práva, který vedl celé jednání, oznámil, že závěry veřejného slyšení budou projednány na senátním výboru a následně se jimi budou zabývat senátoři na schůzi Senátu. Závěrem jednání, se kterým se lze plně ztotožnit, je požadavek na zvýraznění úlohy rodiny, rodičů, školy a dalších vzdělávacích institucí ve výchově mládeže a stanovení pozitivních životních vzorů. Neměla by přitom být opomíjena autoregulace médií a jejich odpovědnost za kultivaci a výchovu mládeže. Ještě jeden velice zajímavý postřeh k zamyšlení vzešel z této debaty, a tím je doporučení analyzovat zkušenosti ostatních států Evropské unie s fenoménem reality show a s dotýkající se problematikou. Je možné, že by se tyto poznatky, popřípadě řešení mohly aplikovat v podmínkách naší republiky. Bohužel se tak dodnes nestalo.

2.9. Antireality show

Tento pojem se v podstatě sám ujal mezi lidmi na základě projektu České televize a Českého rozhlasu *Odhalení*, který byl spuštěn 7. 11. 2005. Reality show *Odhalení* pražské zoologické zahrady probíhala na internetové stanici Čro Leonardo a v České televizi pak byla uváděna v denních sestřizích každý všední den po 20.00 hodině na zpravodajské stanici ČT 24 a v Dobrém ránu s ČT. Jednalo se o unikátní projekt, kdy téměř všechno bylo jako ve VyVolených či Big Brother. Jedním z rozdílů byli soutěžící, byly to gorily: gorilí samec Richard, samice Shindu a Kijiva se svým mládětkem Mojou⁷², a výhrou bylo 12 melounů. Ostatní podmínky byly v podstatě stejné, soutěžící byli natáčeni patnácti nepřetržitě snímajícími kamerami a nahrávání mikrofony v uzavřeném prostoru a o výherci rozhodovali diváci svými sms zprávami. Gorilí show měla svou moderátorskou dvojici, herečku Janu Infeldovou a herce Petra Rajcherta. Miroslav Bobek z Českého rozhlasu, duchovní otec nápadu této show, vysvětlil dvě stránky projektu. Jednou je zábava, kdy sledujeme „vilu“ se vším všudy, a druhou stránka vzdělávací – poznáváme chování zvířat. Součástí byl mimo jiné i „jazykový kurz“ Učíme se gorilsky. Petr Fejk, ředitel pražské zoo, nijak neskryval, že show využívá současné vlny reality show, ale snaží se tímto krokem vytvořit určitou protiváhu „lidským“ show něčím smysluplným. Kromě možnosti, že diváci mohli získat nové informace ze života těchto primátů jejich sledováním v přirozených podmínkách, mohli přispět výtěžkem ze sms hlasování na ochranu goril ve volné přírodě. Tato show měla slušnou sledovanost, možná i díky tomu, že jsou nám lidem gorily tolik podobné. Britský internetový server BBC News vyzdvihl český počín gorilí reality show jako nejoriginálnější z množství podobných TV programů, jež zaplavují svět. Zároveň upozornil, jak překvapivě vysoký zájem a oblibu diváků pražská show získala. Ocenil i lehký sarkasmus: výhra dvanáct melounů jako protipól finanční odměny vítězům lidské reality show. Pravdou zůstává, že sledovat samce Richarda, jak s dojemnou otcovskou péčí pomáhal svému ročnímu mláděti zvládat první neohrabané krůčky, či jemné nuance snahy nově přichozí samičky Kamby o začlenění mezi ostatní obyvatele „vily“ bylo smysluplným protikladem vulgárních výpadů soutěžících v Big Brother nebo VyVolených. Show

⁷² Moja nebyla zařazena do hlasování.

skončila 15. ledna 2006 a veškerý výnos mobilního hlasování byl investován do vybudování gorilí rezervace v Africe. Také DVD s touto show mají velkou prodejnost. Dalším originálním počinem v reakci na mánii reality show byla bezdomovecká show *72 hodin*, kterou zaštitilo rádio Akropolis a časopis Nový Prostor. Odstarována byla v červnu 2005. Jakýkoliv dobrovolník se mohl stát na 3 dny bezdomovcem, dostal k dispozici 5 výtisků Nového Prostoru, oblečení typické pro bezdomovce, měl mít vlastní boty, OP a spodní prádlo. Organizátoři ho vybavili mobilním telefonem pro předávání zpráv a kamarádem bezdomovcem, prodejcem časopisu NP, jenž ho měl uvést do komunity bezdomovců. Zájem byl překvapivě veliký. Jeden z účastníků této show odůvodnil své dočasné bezdomovectví, shánění potravy a spaní na záchodcích takto: „Lekce pokory, nic víc, nic méně.“⁷³ Můžeme tedy konstatovat, že celá voyeurská mánie si vytvořila i svůj specifický protopól, který přinesl mnoho pozitivního. Antireality show tvoří jakousi protiváhu klasickým reality show. Zábavná složka je zde v rovnováze se složkou vzdělávací, což se bohužel nedá říci o *VyVolených* a *Big Brother*, kde jsou projevy aktérů ve většině případů nevhodné.

⁷³ [online]. [cit. 2006-04-25]. Dostupné z: <<http://www.radioakropolis.cz/72hodin/>>.

3. Reality show z různých pohledů

3.1. Psychologický a sociologický aspekt reality show

Ztotožňuji se s psycholožkou Ivanou Halíkovou⁷⁴, že pravidelní diváci reality show jsou ti lidé, kteří si iluzí své „hlasovací“ moci ventilují vlastní emoce, a ti, co si svůj všední život nedokážou zpestřit jinak než sledováním osudů dočasných módních celebrit. „Všechny negativní rysy, které vyčítají reality show jejich odpůrci, nejvíce působí právě na lidi, jejichž život není pořádně ukotvený. A největší měrou dopadají na jejich děti“⁷⁵, dodává psycholožka. Reality show totiž svádí ke snění, k promítání vnitřního světa do postav soutěžících. Funguje to na stejném principu, jako když si člověk promítá svůj svět do příběhu, postav filmu či do obrazu, a tím se s ním pozitivně či negativně identifikuje. U postav reality show fantazíruje o účastnících, o tom, kdo s kým a proč. Divák si sní o vítězství svého favorita, což je v podstatě i jeho vítězstvím. Možnost sledovat emoce v přímém přenosu je další atraktivní záležitost pro diváka. Divákovi už při samotných emotivních scénách nedojde, že většina scén je inscenována, sestříhaná tak, aby emoce vyvolala. Leckdy jsou slyšet názory diváků na hrané či přehnané emoční reakce soutěžících zejména při loučení těch, jež z vily odchází. Nevěří, že by mezi soutěžícími mohly vzniknout silné emoční vazby. Zdali tomu tak je či ne, na to neexistuje jednoznačná odpověď. Otázkou zůstává, jestli zde fungují více pokyny z režie⁷⁶, či jde o nějaký spontánní projev. S největší pravděpodobností jsme svědky obého, ale určitě u soutěžících dochází k určitému vnitřnímu konfliktu mezi sebepojetím a předpokládanými požadavky zvenku. Je pravda, že po skončení se většina účastníků vyjadřovala ve smyslu: „Ve skutečnosti jsem jiný, choval jsem se tak, jak se ode mě čekalo.“ Další důvod sledovanosti, což už jsem v předešlé kapitole naznačila, je zvědavost, touha sledovat flirtování a jiné sexuální hrátky „v přímém přenosu“. Psychologové se ovšem domnívají, že se jedná o normální lidskou zvědavost, kterou nelze považovat za sexuální deviaci. Reality show skutečně ukazují nahotu v reálné formě. Tudíž ohrožení osobnosti se zde nabízí, zejména nebezpečí mravní újmy dětí a mládeže. Ovšem toto nebezpečí se může

⁷⁴ PhDr. Ivana Halíková – ředitelka Obvodní pedagogicko-psychologické poradny v Praze 9 a školní psycholog na Základní škole Dr. Edvarda Beneše v Praze 9

⁷⁵ KRAMULOVÁ, D. *Vývolení velcí bratři a jejich malí obdivovatelé*. [online]. [cit. 2006-06-12]. Dostupné z: <<http://www.portal.cz/scripts/detail.php?id=8731>>.

⁷⁶ Soutěžící dostávají z režie instrukce, aby se šli přivítat či loučit se svými kolegy.

snížit za předpokladu, že by probíhala adekvátní sexuální výchova. Problém spočívá právě v tom, že sexualita je zde odtržená od vztahů a omezená na pudy. A zde nezbyvá než souhlasit s psychologem Šturmou⁷⁷: „Televize je svým způsobem součástí životního prostředí dítěte. Dbáme, aby se neznečišťovala voda a ovzduší, stejně bychom se měli starat i o to, aby nedocházelo k psychickému znečištění. Škodliviny by se neměly vypouštět do vody, do vzduchu, ani do virtuální reality.“⁷⁸ Psycholožka Halíková dodává: „Nedávno se na mě obrátily zděšené učitelky, že žák šesté třídy napsal morbidní slohovou práci s patologicky sadistickými prvky“⁷⁹. Příběh byl o tom, jak hrdina chytne kočku, stáhne ji z kůže, usmaží v mikrovlnné troubě, rozseká, zahrabe na zahradě a ona obživne. Není ku podivu, že tento příběh žáka učitelky vyděsil, ovšem zjistilo se, že chlapec v podstatě přepsal scénář dětského kresleného seriálu.

Realita zde přestává být dosud známou realitou. Zasahuje dosud neprobádaná místa lidské psychiky. Supluje jakýsi únik, ten se ovšem jeví jako další ohrožení morálního života dětí a mládeže. Režisér Otakar Kosek⁸⁰ připomíná, že přes veškeré kritické poznámky vůči reality show není dobré opomenout závažný kontext, kterým je tzv. ventil úzkosti, jenž dle něj „v konečném důsledku snímá rozdíly mezi komerčními médii a veřejnoprávní službou“⁸¹. Ventil úzkosti lze též chápat jako šokovou terapii v divákově každodennosti. Vzhledem k tomu, že společnost asi neuzná reality show jako nevhodné téma, psycholog Šturma navrhuje přijmout určité regulativy. Ale zde se dostáváme k problému, co je a co není vhodné. Alegorie a symboly jsou každodenně přítomny v celé řadě pořadů a řekněme si po pravdě, že mnohdy v agresivnější podobě, než je ta diskutovaná. A navíc omezení nebo zákaz

⁷⁷ PhDr. Jaroslav Šturma (nar. 1944) – ředitel Dětského centra Paprsek a předseda Českomoravské psychologické společnosti

⁷⁸ KRAMULOVÁ, D. *Vývolení velcí bratři a jejich malí obdivovatelé*. [online]. [cit. 2006-06-12]. Dostupné z: <<http://www.portal.cz/scripts/detail.php?id=8731>>.

⁷⁹ Ibid.

⁸⁰ Otakar Kosek (nar. 1944) – režisér, který natočil kolem 100 televizních inscenací a filmů pro Československou televizi a film a Českou televizi, autor desítek recenzí literárních, výtvarných, fejetonů, sloupků, politických komentářů; v letech 1989 – 1993 ředitel, posléze šéfproducent programu ČT Ostrava; v letech 1995 – 2003 vedoucí kulturního oddělení v deníku Slovo, spolupracovník deníku Metro; 2001 – 2003 ředitel divadelního studia Divadelní fakulty AMU DISK; v současné době působí jako televizní, rozhlasový a divadelní režisér a publicista.

⁸¹ SVOBODOVÁ, H.; BALÍN, V. *V realitě reality show*. [online]. [cit. 2006-06-12]. Dostupné z: <<http://www.blisty.cz/art/27654.html>>.

často jen navodí atmosféru zvědavosti, což může probudit zájem o dané téma. Ona cenzura, jak už nám historie sama potvrdila, většinou působí kontraproduktivně. Než se na filmovém plátně objevila nahá ženská poprsí, trvalo to několik desetiletí. Sociolog W.I.Thomas⁸² se domnívá, že „pokud lidé definují situace jako reálné, pak tyto situace ve svých důsledcích reálné jsou.“⁸³ Média nejen informace zprostředkovávají, ale realitu strukturují způsobem, jenž je dán vlastními potřebami a zájmy. Na to upozorňuje právě teorie komunikace. Znamená to tedy, že pokud se bojíme vlivu médií, bojíme se způsobu interpretace, což je v podstatě zrcadlo naší vlastní existence. McQuail⁸⁴ dodává, že „není snadné nalézt doklady o skutečném působení médií na to, jak lidé rozpoznávají a pojmenovávají realitu.“⁸⁵ Je jasné, že vliv médií na společnost je jak antisociální, tak i prosociální. Pokud sledujeme násilí na obrazovce, není možné ho oddělit od toho, komu je určeno, tedy na kom je páčáno. Též je těžké určit charakter tohoto stavu, což vlastně znamená, že není možné udělat jednoznačný závěr ve prospěch pro či proti, na jehož základě by zřejmě nastala snaha regulovat jejich vliv. Walter Lippmann⁸⁶ se ve svých výzkumech zabývá rostoucím antisociálním vlivem médií. Bohužel snaha zevšeobecnit výsledky těchto výzkumů zapříčinila přehlížení schopnosti jednotlivců reagovat v daných případech samostatně, tedy jinak. Všechny dosavadní teorie (např. teorie minimalistických účinků, teorie kumulativních vlivů, teorie silných účinků a teorie účinku třetí strany) neodpověděly jednoznačně na to, jak ovlivňují média růst násilí ve společnosti. Pokud jsou média vnímána jako potenciální riziko způsobující ohrožení každodenní lidské konformity, objeví se tendence chtějící obhajobu veřejného zájmu. Nicméně dle tvrzení McQuaila „veřejný zájem není nikdy jednou

⁸² William Isaac Thomas (nar.1863) – spoluautor knihy *Polský rolník v Evropě a Americe*, v níž uvádí spolu s F. Znanieckim pojem *postoj* jako předmět sociální psychologie, představitel tzv.Chicagské školy, která je proslulá svým pozitivistickým přístupem k poznání a tvůrčím experimentováním s výzkumnými metodami, autor definice sociální situace.

⁸³ SVOBODOVÁ, H.; BALÍN, V. *V realitě reality show*. [online]. [cit. 2006-06-12]. Dostupné z: <<http://www.blisty.cz/art/27654.html>>.

⁸⁴ Denis McQuail (nar.1935) - do roku 1997 byl profesorem masové komunikace na Amsterodamské universitě, významným způsobem přispěl k rozpracování analýzy "normativních teorií" nároku společnosti a jejich složek na chování médií.

⁸⁵ SVOBODOVÁ, H.; BALÍN, V. *V realitě reality show*. [online]. [cit. 2006-06-12]. Dostupné z: <<http://www.blisty.cz/art/27654.html>>.

⁸⁶ Walter Lippmann (1889 - 1974) – americký spisovatel, žurnalista a politický komentátor, který se ve své práci *Public Opinion* z roku 1922 zabýval vlivem masových médií, tehdy především tisku a také rozhlasu, na veřejné mínění.

provždy daný, ale stále se mění, vyvíjí a je třeba se o něm neustále dohadovat; toto pojetí dospívá k závěru, že v demokratické společnosti by měly existovat podmínky k tomu, aby bylo možné odkázat na všeobecně sdílené hodnoty.⁸⁷ Takže z tohoto hlediska by možným vhodným východiskem v souvislosti s problematikou tohoto druhu zábavy mohla být diskuze mezi všemi, jichž se vysílání dotýká, což je nejen regulátor vysílání, již zmíněná Rada pro rozhlasové a televizní vysílání, ale i realizátoři těchto show a diváci.

A k dialogu by mělo docházet i mezi rodiči a dětmi. Sexuoložka Fifková⁸⁸ doslova říká: „Šikovní rodiče mohou dokonce využít sledované situace k diskusi. Mohou si s dětmi povídat např. na téma sexuální jazyk (jeho druhy), vulgarity (proč je lidé používají a v jakých situacích, co znamenají, jaké pocity vyvolávají), nahota (různost postojů), sex bez vztahu a vztah bez sexu (individuální postoje, společenské stereotypy, významy), možné fáze vývoje sexuálního vztahu, ochrana před pohlavně přenosnými nemocemi, sex před kamerami, sex za peníze apod.“⁸⁹

Na toto téma se ale objevuje spousta připomínek. Samozřejmě ne každý rodič sleduje reality show a ne každý rodič, který společně s dětmi reality show sleduje, je natolik osvícený nebo sám sexuálně vyrovnaný, aby vůbec nějakou podobnou debatu otevřel. Problém s rodiči, kteří reality show nesledují, se vyřešit samozřejmě nedá, ale není v pořádku, že necháme dítě na pospas televiznímu vysílání, aniž bychom věděli, o čem je. Co se týče rodin, kde se o sexu nehovoří, jsou samozřejmě děti o tuto debatu ochuzeny, ale jak Fifková dodává: „Ani o ně bych neměla veliký strach - žijeme v době, kdy je možné najít informace nejrůznějšího druhu i ve škole, od vrstevníků a v různých médiích včetně internetu.“⁹⁰ Pravdou zůstává a výzkumy to jen potvrzují, že děti jsou dostatečně informovány o sexu, začínají žít pohlavním životem později a bezpečněji. Musíme si uvědomit, že záleží nejen na množství informací, ale hlavně na formě. A právě tím nám reality show nahrávají, neboť jsou plné erotiky a odkazů na sex, lze jich tedy vhodně využít a poskytovat dětem informace, ale zároveň s nimi i procvičovat komunikační dovednosti, formovat

⁸⁷ SVOBODOVÁ, H.; BALÍN, V. *V realitě reality show*. [online]. [cit. 2006-06-12]. Dostupné z: <<http://www.blisty.cz/art/27654.html>>.

⁸⁸ MUDr. Hana Fifková – zabývá se léčbou a poradenstvím v oblasti sexuálních poruch mužů a žen.

⁸⁹ CÍSAŘOVSKÁ, P. *Reality show po česku*. [online]. [cit. 2006-06-14]. Dostupné z: <<http://www.portal.cz/scripts/detail.php?id=4616>>.

⁹⁰ Ibid.

postoje a naučit se je obhajovat. „Ten, kdo chce vychovávat, by měl být pro dítě důvěryhodný a autentický,“ tvrdí H. Fifková. „A těžko toho dosáhne rodič, který řekne: ‘Na to se nesmíš dívat, na to jsi ještě malý.’ Dítě bude chtít přinejmenším srozumitelně vědět proč.“⁹¹

⁹¹ Ibid.

3.2. Pedagogický aspekt reality show

Ředitel Základní školy Koloveč na Domažlicku Zdeněk Mlnářik tvrdí, že žáci na jejich škole reality show neřeší, protože je zajímá především sport. „Všichni se baví spíš o zápasech ve florbalu. Více než polovina ze dvou stovek našich žáků chodí na skvěle vedený sborový zpěv, plno má i taneční kroužek.“⁹² Jeho slova jen potvrzují nástěnky, kde se skutečně neobjevují tváře „vyvolených“, a pokud se prý občas nějaký idol z reality show objevil, dlouhého trvání to nemělo. Na tomto případu se nám tedy ukazuje, že odpolední kroužky eliminují čas dětí strávený před televizí, což samozřejmě není s podivem. Vladislava Bláhová, učitelka čakovické základní školy, říká: „Mám ve třídě několik dětí, které sportují. Přijdou z tréninku unavené a ještě se musejí učit. Jiné chodí do hudebky nebo na různé kroužky. Ty na každodenní sledování televize prostě nemají čas.“⁹³ Ovšem připouští, že z vyprávění žáků 5. třídy, které vyučuje, je jí jasné, že hodně dětí sleduje pozdní necenzurované vysílání; to potvrzuje i její kolegyně z druhého stupně Vladimíra Vaňková. Je pochopitelné, že tomuto nezabrání odpolední kroužky. Základní škola Lesní v Liberci udělala na druhém stupni průzkum, ve kterém zjistila, že třetina dětí sleduje pravidelně aspoň jednu reality show pravidelně, ostatní děti příležitostně, „spíš aby byly v obraze“. Na druhou stranu v olomoucké ZŠ Komenium učitelka Hana Skalická před dětmi neskrývá, že tento typ pořadů nesleduje, a její kolegyně se pokusila otevřít debatu na toto téma a dostalo se jí vlažných reakcí.

Pedagogové namítají ještě jednu věc, a ta se dotýká výrazových prostředků. Obecně můžeme říci, že výrazové prostředky médií hrubnou. Vladislava Bláhová říká, že v pořadech pro mateřské školy slyšela výrazy, které by nechtěla, aby její děti v předškolním věku užívaly. I české komedie obsahují spoustu výrazů nevhodných pro děti a mládež a ani naše politická scéna není zrovna nejvhodnějším vzorem, tudíž vlastně nemůžeme čekat nic jiného od slovníku Big Brother a Vyvolených. Učitelé v Liberci tvrdí, že nápodoba jazyka účastníků reality show je tím nejtypičtějším dopadem sledování reality show a ředitel školy jejich slova jen potvrzuje: „V rámci osobnostní a sociální výchovy s žáky devátých tříd o pořadech mluvíme a musím říci,

⁹² KRAMULOVÁ, D. *Vyvolení velcí bratři a jejich malí obdivovatelé*. [online]. [cit. 2006-06-12]. Dostupné z: <<http://www.portal.cz/scripts/detail.php?id=8731>>.

⁹³ Ibid.

že mají poměrně rozumný názor na manipulaci, ztrátu lidské důstojnosti a uvědomují si, jak je všechno ve vile nepřírozené. Ale přesto jsou ovlivněni. Nevhodné výrazy, které dříve přece jen korigovali, teď užívají naprosto běžně.⁹⁴

Další připomínka se týká nabývání peněz a úspěchu. Pravda je, že vítěz reality show v podstatě získává výhru za zahálčivý život, což je silně demotivující. Učitelka Bláhová namítá: „U Superstar děti aspoň viděly, že soutěžící na sobě pracují, že se musejí něco naučit, sledovaly, jak se snaží. To tady úplně chybí.“⁹⁵ Její kolegyně Vaňková se obává, že mladší děti nejsou schopné odlišit skutečný reálný život od zábavné show a dodává: „Vůbec si neuvědomují, že jsou to extrémní situace a umělé podmínky, berou to jako obyčejný život. Když s nimi mluvím, nechtějí to připustit, mám podle nich nejspíš staromódní názory. Hodně je lákají i peníze, bez váhání řeknou, že by se kvůli nim daly někam zavřít taky.“⁹⁶ Obě pedagožky se i přesto domnívají, že po prvním nadšení vlna zájmu opadne, jak tomu bylo dle nich při první soutěži Superstar.

Tohoto demotivujícího výchovného modelu se obávají i psychologové. Psycholog Šturma k těmto negativním výchovným dopadům reality show dodává: „Děti se učí nerespektovat soukromí a intimitu. Vidí, že druzí lidé se mohou stát nástrojem k jejich obveselení. Soutěžící byli odměněni za to, že kradli, to je úplně proti smyslu všech výchovných zásad. Už vůbec přitom nemluvím o tom, že odměnou je alkohol a kouření.“⁹⁷

S tímto nezbyvá než souhlasit, ukázat dítěti takovouto cestu je silně proti výchovným zásadám a nemuselo by se nám to do budoucna vyplatit. Není tedy od věci s žáky a studenty o těchto tématech v hodinách diskutovat, myslím, že témata lze vhodně zakompenzovat do většiny předmětů. Dovedu si představit, že v hodině českého jazyka lze psát slohové práce dotýkající se reality show, v hodinách občanské nauky či osobnostně sociálního rozvoje apod. by se dala rozvinout debata atd.

⁹⁴ Ibid.

⁹⁵ Ibid.

⁹⁶ Ibid.

⁹⁷ Ibid.

3.3. Reality show z mého pohledu

Při zkoumání problematiky reality show jsem se zamýšlela i nad jejich vhodným pedagogickým využitím. Řadoví pedagogové se ovšem s nutností reagovat na zájem žáků a studentů o tento nový typ pořadu setkávají okamžitě. Shodneme se určitě na tom, že právě žáci a jejich učitelé jsou oprávněni ke sdělení, jaký je skutečný zájem o reality show mezi mladou generací. Nejen proto, že žáci a studenti s oblíbenými vyučujícími mohli o průběhu těchto pořadů hovořit, ale především proto, že během přestávek a dozorů mohli pedagogové zaznamenat rozhovory mezi jednotlivými žáky, a dokonce i zadáním např. slohové práce ověřit oblíbenost tohoto pořadu. I z těchto úvah jsem vycházela při stanovení hypotéz. Zdá se, že pro uchopení tématu jsou nosné, což dokazují v praktické části. Pro úplnost je uvádím znovu (viz Úvod na str. 1):

- 1) reality show se v okamžiku jejího masivního vpádu na obrazovky neubrání téměř nikdo;
- 2) po prvotním nadšení z novinky na obrazovce zájem o reality show opadá;
- 3) nejdříve se nezájem začne projevovat u středoškoláků a nejdéle se udrží u žáků základní školy;
- 4) u žáků základní školy pak předpokládám i největší míru negativního dopadu – účastníci reality show se stávají vzorem pro způsob lehkého nabytí peněz, vzorem pro nestandardní chování, vyjadřování, vedoucí až k touze účastnit se podobných show;
- 5) studenti na rozdíl od žáků neupřednostňovali reality show před svými volnočasovými aktivitami.

Část II: Praktická část

Na základě uvedených hypotéz byly sestaveny tři typy dotazníků. První typ dotazníků je expertní šetření (viz příloha 12), které bylo prováděno u pedagoga, sociologa a psychologa. Další dotazník byl určen mládeži ve věku 13 – 18 let a byl distribuován na základní školu do 6., 7. a 8. třídy a do prvních a druhých ročníků středních škol (viz příloha 13). Základní škola FZŠ Tábořská⁹⁸ byla vybrána náhodně, v podstatě především díky tomu, že moje kolegyně ze stejného ročníku znala osobně vedení školy. A stejně tomu bylo u střední školy, kterou se stala Obchodní akademie Vinohradská⁹⁹, kde vyučuje moje maminka. Třetí typ dotazníků (viz příloha 14) byl zaměřen na rodiče těchto dětí a jim byl také předán k vyplnění.

⁹⁸ Fakultní základní škola pedagogické fakulty Univerzity Karlovy, Tábořská 45, Praha 4, 140 00

⁹⁹ Obchodní akademie Vinohradská, Vinohradská 38, Praha 2, 120 00

1. Expertní šetření

1.1. Dotazník pro experty

Dotazník byl distribuován pomocí e-mailu expertům, kteří se na veřejnosti vyjadřovali k reality show či byli nějak s vysíláním reality show spjati. Za pedagogy to byla Ing. Mgr. Marie Nováková a pedagog volného času Martin Klimeš, za psychology PhDr. Mgr. Jeroným Klimeš, Ph.D., PhDr. Jaroslav Šturma a PhDr. Ladislav Csémy a za sociology Prof. PhDr. Miloslav Petrušek, CSc.

Dotazník obsahoval 8 otázek. První tři se týkaly experta a jeho sledování reality show. Dalších pět otázek bylo zaměřeno na expertův obor a vztah tohoto oboru k reality show, zde bylo pochopitelné a ve vyhodnocování zohledněno, že odpovědi jednotlivých expertů nemohu zobecnit na celý obor, neb jsou logicky tyto výpovědi subjektivní. Jedna z těchto pěti otázek byla kontrolní a zjišťovala vlastní názor na věkovou skupinu, která nejvíce sleduje reality show.

1.2. Pedagog a jeho hledisko

Ing. Marie Nováková (nar. 1959) je nejen pedagožkou, ale i matkou a členkou Etického fóra ČR, které iniciovalo petici¹⁰⁰ proti pořadům, jako jsou reality show BB a VV. Marie Nováková reality show sledovala, vedl ji k tomu především profesionální zájem, a to úkol vypracovat odborný posudek pro Radu pro rozhlasové a televizní vysílání. Zájem o reality show jí vydržel a stále je občas sleduje. Považuje tento typ pořadu za nevhodný. Důvody, které ji k tomuto názoru vedou, uveřejnila v článku Realita, která vychovává v *Učitelských novinách* v čísle 35/2005 a mně ho přeposlala e-mailem spolu s vyplněným dotazníkem. Zdůrazňuje zde, že „reality show totiž není reálná“¹⁰¹. Problém je v tom, že se snaží tvářit jako reálná. „Staví nám a naší mladé generaci před oči nereálnou realitu. Ukazuje hrubost bez příkras, snad abychom si my, i naše děti, uvědomili, že existuje a dá se vystavovat na odív. Předkládá žádoucí životní styl luxusních vil, plných vulgárních projevů ve vztazích mezi lidmi, svět nadměrné, zcela přijatelné konzumace alkoholu, časté konverzace o sexualitě téměř s rysy obscénnosti, agrese, sobectví.“¹⁰² Show před nás staví ztrátu intimity a my tomu přivykáme.

Vedeme další generaci ke ztrátě jednoduché senzibilizace, citlivosti k druhému, k okolnostem života, jeho výzvam. Ztráta intimity potlačuje důstojnost člověka, zbavuje ho identity. Chování zbavené identity vede ke stavu znečitlivění podobnému stavu sociální hypnózy, lhostejnosti, manipulovatelnosti.¹⁰³

Jak říká inženýrka Nováková, stává se normou chování show, jež nepodporuje spolupráci, narušuje intimitu, podtrhuje individualismus a boj o moc. Pokřivený obraz je tak vydáván za skutečnost. Marie Nováková upozorňuje ještě na jeden fakt, a to že „ztráta identity s sebou nese v důsledku ztrátu zdravého sebevědomí, sebejistoty.“¹⁰⁴ A právě to se stává rizikem pro mladého člověka, který si svou identitu teprve buduje. Dodává: „Povinností naší generace je vychovávat, vést, chránit mladou generaci. Děláme to formou velkých show, VyVolených, Velkých bratrů, Výměny manželek,

¹⁰⁰ Touto peticí jsem se zabývala v kapitole 2.8. Bezbrannost dětí vůči reality show na straně 33.

¹⁰¹ NOVÁKOVÁ, M. Re: *prosba o vyplnění dotazníku do diplomové práce* [elektronická pošta]. Message to: Alžběta Kábelová. 27.6.2006 [cit. 2006-06-27]. Osobní komunikace.

¹⁰² Ibid.

¹⁰³ Ibid.

¹⁰⁴ Ibid.

pokřivených obrazů reality, které za realitu vydáváme. Média věří, že mladí lidé se ‘chytí’, a za našeho tichého souhlasu se tak děje. Co zasejeme, to 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. Cestou působení nás rodičů, pedagogů není prostá cesta zákazů a příkazů. Je to zejména cesta vlastního příkladu, vlastních postojů. Pokud chci své dítě dostat dál, než jsem sám, pak je musím ‘tlačit’. To však není výchova, ale ‘u-tlačování’. Naše postoje by měly být jasné. Kladme si otázky a hledejme odpovědi a vedme k tomu naše děti a mládež. Výměnou za reality show, za trochu pobavení, ztrácíme citlivost, chuť a sílu žít svůj život.“¹⁰⁵

Upozorňuje i na nebezpečí lehkovážného nabývání peněz. „Show jsou důkazem toho, že pro peníze lze obětovat mnoho, ale to neznamená, že hluboké vztahy a hodnoty jsou na prodej.“¹⁰⁶ Faktem je, že intenzivním pozorováním života druhých ztrácíme v podstatě svůj život, své vztahy a lehce zapomínáme, že soutěžící v reality show nejsou prototypem naší populace a to, co je v reality show vydáváno za normální, nemusí být nutně normální pro nás. Svě pojednání končí Marie Nováková zásadní větou, jejíž obsah si možná neuvědomujeme, a přesto je pln pravdy: „Už nyní vytváříme budoucnost nás a našich dětí plnou vulgarismů, obscénnosti, alkoholu bez míry, lhostejnosti k druhému...“¹⁰⁷ Spolu s pedagožkou Novákovou věřím, že to není to, co cheme.

Ohledně sledovanosti reality show BB a VV se Marie Nováková domnívá, že největší se těšila u věkové skupiny od 13 do 16 let, a je přesvědčena, že většina jejích profesních kolegů a kolegyně hodnotí reality show negativně.

Martin Klimeš¹⁰⁸ reality show sledoval kvůli diváckému zájmu. Momentálně reality show nesleduje a považuje ho za nevhodný typ pořadu, jako hlavní důvody pak v dotazníku uvedl: „Vulgarity, přílišná prezentace nevyvážených osobností, haló efekt mediálního vlivu na diváka, nafouknutá bublina z ‘ničeho’, z osob vlekcoucích a

¹⁰⁵ Ibid.

¹⁰⁶ Ibid.

¹⁰⁷ Ibid.

¹⁰⁸ Martin Klimeš (nar. 1973) působí jako pedagog volného času v Domu dětí a mládeže Bruntál, zajímá se mimo jiné o práci s vnitřní energií. Těto otázce se věnuje na svých stránkách www.strom.mysteria.cz.

ploužících se prostředím malé komunity, po prokouření dávek cigaret a tvrdého alkoholu se stávají hrdinové a ‘star’, kamery jsou připraveny stříhově sledovat ‘zajímavé’ scény a prezentovat je x-krát denně, divácky nejzajímavější jsou sexuální úlety...“¹⁰⁹

Shoduje se s Marií Novákovou, že největší sledovanosti se těší u věkové kategorie 13 – 16 let. Zajímavé je, že uvedl, že jeho kolegové hodnotí reality show pozitivně.

¹⁰⁹ KLIMEŠ, M. Re: *prosba o vyplnění dotazníku do diplomové práce* [elektronická pošta]. Message to: Alžběta Kábelová. 29.6.2006 [cit.2006-06-29]. Osobní komunikace.

1.3. Psycholog a jeho hledisko

Psycholog Jeroným Klimeš¹¹⁰ se věnoval sledování show občas a vedl ho k tomu převážně profesionální zájem. V současné době tento typ pořadu nesleduje a domnívá se, že je zejména pro děti nevhodný. Tento názor dokládá svými posudky vypracovanými pro Radu pro rozhlasové a televizní vysílání.

První část jeho posudku Posouzení nebezpečnosti reality show (VV, BB) pro děti do 15 let k datu 5. října 2005 je stručným vyjádřením k této problematice. Uvedené show nazývá Klimeš „komerční televizní variantou zážitkových kurzů, které využívají psychiky adolescentů a mladší dospělosti k tomu, aby vytvořily výrazné, pozorovatelné emoce“¹¹¹, o nichž se domnívá, že jsou zárukou divácké sledovanosti a výnosu, jenž přichází v podobě SMS a reklamy. Poté následuje výčet znaků této psychiky: velká potřeba komunikovat a vyřikávat si své myšlenky; nedokonale zvnitřnělé zásady; neschopnost se ovládat; hledání své dospělé identity. Tyto znaky potvrzuje Jiřina Taxová v knize *Pedagogicko psychologické zvláštnosti dospívání* a dodává: „Dospívání je typické svou variabilitou, procesuálností a proměnlivostí. Bývá označováno jako období multiprocesů, protože v něm pozvolna i bouřlivě, následně i současně, proporčně i nevyváženě, intenzivně i utlumeně, harmonicky i disharmonicky, komplexně i jednostranně probíhá řada procesů, které podle jednotlivých funkčních systémů, vědních oborů i běžných projevů označujeme jako procesy růstu, dospívání a vyspívání, vývoje, socializace, osamostatňování, vyhraňování, formování apod.“¹¹² Právě z tohoto důvodu připouští Klimeš, že může být show pro tuto fázi vývoje vhodná, ovšem v posudku tento názor nerozvíjí (viz název). S uvedenou myšlenkou si dovolím nesouhlasit, neboť mi nepřipadá, že by posuzované reality show jakýmkoliv způsobem ukazovaly adolescenty, kteří se snaží zorientovat v komplikovaném světě dospělých. Možná, že se objevují různé taktiky,

¹¹⁰ PhDr. Jeroným Klimeš, Ph.D. (*1967) vystudoval hydrogeologii na Přírodovědecké fakultě UK a psychologii v Praze a v Austinu (Texas), zabýval se náhradní rodinnou péčí (diagnostikou žadatelů), psychologií reklamy (oční kamerou), vyučuje na FF UK zahraniční studenty a pracuje jako poradce veřejného ochránce práv (ombudsmana) v Brně a ve vědecké radě časopisu GEO.

¹¹¹ KLIMEŠ, J. *Posouzení nebezpečnosti reality show (VV, BB) pro děti do 15 let - stručné vyjádření – (1. část)*. [online]. [cit. 2006-06-10]. Dostupné z:

<http://web.quick.cz/jeronym.klimes/psychologie/1reality_show_jeronym_klimes.pdf>.

¹¹² TAXOVÁ, J. *Pedagogicko psychologické zvláštnosti dospívání*. Praha: SPN, 1987.

pózy, manipulace, ale nesouvisí to nijak s hledáním vlastní identity, jde pouze o snahu dosáhnout vítězství, tedy zbohatnout.

Zajímavý je další Klimešův postřeh, kdy říká, že děti nedisponují takovým paměťovým rozpětím jako dospělí a usuzují na pravdivost výroků z přesvědčivého momentálního projevu. Na příkladu strategie a výroku: „Musíš na sebe upozornit, aby se tě báli“, kterou pronesl jeden z aktérů Vyvolených směrem ke své spolubydlící, ukazuje, jak nebezpečné reality show jsou. Dospělí si tento komentář propojí s aktérem a jeho osudem v soutěži, ovšem dítě posoudí informaci v daném okamžiku, a tak ji vyhodnotí.

Následuje seznam výjevů, jež se v pořadu objevily: přímá agrese v podobě vulgarity a hrubosti „Kdybys měla péro mezi nohama, tak už tady ležíš v krvi“; explicitní záběry na pohlavní orgány v intimních chvílích (ve druhé části posudku Jeroným Klimeš k tomuto výjevu dodává ještě: erotické scény i bez viditelného obnažování pohlavních orgánů); některé záběry spíš vypadají jako reklama na kouření a alkohol.

V druhé části již zmíněného posudku k 20. 10. 2005, která má název Posouzení nebezpečnosti reality show (VV, BB) pro děti do 15 let – 1. posuzované období (2. část), přidává další důvody, které jsou teoreticky mnohem závažnější, protože nejsou na první pohled čitelné: pochybný hodnotový systém, který definuje úkoly, odměny a tresty; absence morálního hlediska, tj. nutnost někdy odolávat přirozeným sklonům, které jsou v dané situaci z jiného důvodu špatné; instrumentální a utilitární vztah k citům, vztahům a lidem.¹¹³ Pokusím se na jednotlivé Klimešem uváděné záporné jevy blíže zaměřit.

Agrese, vulgarita a hrubost. V případě vraždy 13letého chlapce v Hanušovicích na Šumpersku v roce 2004 byl shledán vinným o rok starší školák. Chlapec byl nalezen s proříznutým hrdlem ráno v centru obce. V témže roce se ani ne 15letý chlapec přiznal k vraždě třináctileté Barbory z Kmetiněvsi, jež byla pobodána a údajně znásilněna. V březnu 2004 žák druhého ročníku (16 let) učiliště ve Svitavách ubodal při vyučování šedesátiletého pedagoga. Tyto zprávy by pokračovaly

¹¹³ KLIMEŠ, J. *Posouzení nebezpečnosti reality show (VV, BB) pro děti do 15 let - 1. posuzované období – (2. část)*. [online]. [cit. 2006-06-10]. Dostupné z: <http://web.quick.cz/jeronym.klimes/psychologie/2reality_show_jeronym_klimes.pdf>.

dál a dál až k dnešnímu datu. Předpokládám, že čtrnáctileté dítěte nenapadne samo o sobě někomu podřezat hrdlo atp., ale muselo někdy něco podobného vidět nebo slyšet. S tím souvisí i hrubost, která se u dětí projevuje v podobě šikanování spolužáků. Např. obětí šikany a hlavními aktéry podivné hry na defenestraci se stali dva žáci 9. třídy ze Základní školy v Píšti na Opavsku. Spolužáci je vyhodili z okna v přízemí a přitom si vše nahrávali jako videosekvenci na mobilní telefony. Šťěstím pro oba žáky bylo, že padali „jen“ z výšky 82 centimetrů, i když hlavou napřed. Naštěstí se incident obešel bez zranění. Na druhou stranu, nestalo se tak jen jednou, ale tyto „radovánky“ měly prý od začátku školního roku několik opakování. Že se dítě učí napodobováním, to bylo již zmíněno.

Explicitní záběry na pohlavní orgány v intimních chvílích, erotické scény i bez viditelného obnažování pohlavních orgánů. Souhlasím s doktorem Klimešem, když podotýká, že se sexuální morálka v mnohém uvolnila, ale stále je tu zákon č. 140/1961 Sb., § 217 Ohrožování mravní výchovy mládeže, který hranici vhodného a nevhodného definuje. Děti by se měly naučit sexuálnímu chování a měly by si uvědomit jeho funkci. Toho jsou schopné teprve tehdy, až projdou přirozeným sexuálním zráním – pohledy, dotyky, nesmělé polibky, zhrzené lásky atd. A právě tento přirozený proces reality show narušují. „Je zřejmé, že nejde jen o to, zda děti uvidí či neuvidí obnažené prso Reginy či zadek Emila, ale o celkově sexualizované chování, které dětem není vlastní a které by měly poznávat samy a přirozeným tempem. (Např. osahávání účastnic ve vířivce – bb; náznaky orálního sexu při okusování ovoce z polonahého těla – vv).“¹¹⁴ Klimeš také podotýká, že je nevhodné, aby tyto pořady využívaly pornohvězd jako hostů a komentátorů. Nejen proto, že tím ukazují svou cílovou skupinu, ale jednoznačně i vymezují, o jaký typ pořadu jde. A tento typ rozhodně není určený dětem. Jak psycholog správně poznamenává, do pořadu o zahrádkářství si tvůrci zvou Přemka Podlahu, do pořadu o hudbě např. Michaela Kocába, do pořadu určeného předškolním dětem a mladším školním dětem Dádu Patrasovou. Erotické scény, byť i nenásilné, ať už s odhalenými pohlavními orgány či ne, mohou ohrozit psychosexuální vývoj dětí.

Některé záběry spíš vypadají jako reklama na kouření a alkohol. Je pravda, že jsem jednou večer po televizních zprávách přepla program a na obrazovce běhala

¹¹⁴ Ibid.

po umělé trávě na dvorku vily Big Brother soutěžící s obnaženými prsy jen v tangách a opile neartikulovaně vykřikovala. Ani mě pak nepřakvapuje, když se dočítám, že v úterý v půl desáté večer vyjížděli záchranáři do Dolní Bukoviny na Mladoboleslavsku, kde se otráвила alkoholem patnáctiletá dívka. Po příjezdu na místo našla posádka dívku promočenou (padal sníh) a podchlazenou, neboť se to odehrálo v listopadu. V půl čtvrté odpoledne záchranka mířila k Domovu mládeže na Žižkově. Pacientem byl třináctiletý chlapec. Na besídku pořádanou ke konci školního roku si prý přinesl láhev vodky a půlku vypil. Oslava „čarodějnic“ v roce 2006 se nesla ve jménu přemíry alkoholu u dvou teprve 14letých dětí a byla příčinou výjezdu posádek záchranky z Kralup nad Vltavou. Nejprve byla v podvečer náhodnými chodci nalezena v parku na sídlišti Cukrovar opilá dívka v bezvědomí, přičemž u sebe měla prázdnou láhev od vodky. Po zajištění a stabilizaci stavu byla převezena na JIP dětského oddělení nemocnice Kladno. Za dvě hodiny nato na fotbalovém hřišti v Odolené Vodě byl nalezen chlapec, rovněž v bezvědomí a podchlazený, i ten vypil velké množství vodky. Opět po zajištění a stabilizaci byl dopraven na JIP dětského oddělení nemocnice Na Bulovce. Jak a kde obě děti k alkoholu přišly, je v šetření policie. Oba případy jsou však varující. V prvním stačilo jen málo, aby se dívka udusila vlastními zvratky a zemřela; ležela na odlehlém místě parku a bylo víceméně náhodou, že byla nalezena včas. Takovýchto zpráv stále přibývá. Alarmující je i skutečnost, že stále větší počty dětí kouří. Jak uvádí Jaromír Marek ve svém článku *České děti kouří nejvíc v Evropě*: „...až 90 % kuřáků získává návyk před dovršením 18 let; 36 % dětí ve věku mezi 14 až 18 lety kouří, většina z nich vykouří kolem deseti cigaret denně; podle průzkumů zkusilo v 11 letech vykouřit cigaretu 40 % hochů.“¹¹⁵ Česká republika se tak zařadila na 4. místo na světě, první tři zabírají Slovensko, Litva a Estonsko. Autor článku dále uvádí: „Ještě hůř jsou na tom české dívky, cigaretu okusila v 11 letech téměř čtvrtina z nich, čímž se řadí na 3. místo na světě.“¹¹⁶ Doktorka Urbanová z Kliniky dětského a dorostového lékařství v Praze vysvětluje: „Není to jedna, ale celý komplex příčin a důvodů. Je to především příklad rodičů, skoro polovina otců kouří a každá čtvrtá matka kouří, to se potom špatně

¹¹⁵ MAREK, J. *České děti kouří nejvíc v Evropě*. [online]. Poslední revize 3.10.2002 [cit. 2006-05-17]. Dostupné z: <<http://www.radio.cz/cz/clanek/32993>>.

¹¹⁶ Ibid.

vysvětluje, že kouření je škodlivé. Vinu na množství dětských kuřáků nese i vliv vrstevníků, party. S kouřením potom přichází častější užívání drog, alkohol.¹¹⁷ A musím k jejím důvodům dodat ještě příklad, který dětem a mládeži dává televize.

Pochybný hodnotový systém, který definuje úkoly, odměny a tresty. Snažíme se, aby si děti do puberty zvnitřnily hodnotový systém. Klimeš se domnívá, že „ten spočívá v jasném vědomí: ‘I když mám různé sklony, tak to neznámá, že tyto sklony mohou následovat.’ Například každý je čas od času přetížen prací, ale zároveň si uvědomuje, že práce je velice důležitá a v té či oné podobě dává jeho životu smysl. Tuto svým způsobem zdravě rozdvojenou psychiku děti a adolescenti nemají. Jestliže nadávají na práci, berou to až děsivě doslova.“¹¹⁸

Nejprve jsou registrovány, zaznamenávány a přejímány hodnoty z okolí, tedy i z televize a reality show. Poté dochází k tzv. vyššímu stupni zvnitřnění hodnot, což představuje jejich racionální zpracování. Jedinec o nových hodnotách přemýšlí a zařazuje je do již vytvořeného souboru či systému. Nejvyšší stupeň interiorizace je vybudování systému hodnot, jenž vede k jednání, motivaci úsilí, pomoci při rozhodování. Tento systém hodnot se též stává kritériem hodnocení i sebehodnocení nejen v poloze subjektivních vztahů, ale i v poloze objektivní společenské závažnosti. Ztotožňují se s tvrzením Klimeše, že „obě reality show předvádí mnoho takto problematického chování bez jakékoliv prezentované distance.“¹¹⁹ Děti přebírají postoj televize doslova, jak už jsem uváděla dříve výrok moderátorky VV: „Vždyť ani já jsem nedokončila konzervatoř, takže mám také pouze základní školu...a vidíš, nestydím se za to. Jsem schopná říct to otevřeně, prostě to tak je.“ Či rozhovor moderátora BB o „prima šmírování“. Děti si pomyslí, že za nedokončení školy se stydět nemusí a na šmírování není nic špatného, protože reality show samo o sobě šmírováním je. Chybí prohlášení televize či vysvětlení, že samozřejmě nedokončení školy znamená velice limitovanou budoucnost a život vůbec a že v případě reality show je šmírování podmíněno souhlasem účinkujících. Musíme zde být opatrní, neboť může dojít k zafixování tzv. pseudohodnot, což jsou hodnoty, které jsou přejaté

¹¹⁷ Ibid.

¹¹⁸ KLIMEŠ, J. *Posouzení nebezpečnosti reality show (VV, BB) pro děti do 15 let - stručné vyjádření – (I. část)*. [online]. [cit. 2006-06-10]. Dostupné z: <http://web.quick.cz/jeronym.klimes/psychologie/1reality_show_jeronym_klimes.pdf>.

¹¹⁹ Ibid.

z nevhodného prostředí, od nevhodných vzorů, okoukané z filmu a televize, ale může samozřejmě jít jen o výrazové prostředky ovlivněné pubertou.

Absence morálního hlediska, tj. nutnost někdy odolávat přirozeným sklonům, které jsou v dané situaci z jiného důvodu špatné. Tento bod se vztahuje k předešlým hodnotám. Úkoly, které soutěžící v reality show dostávají, mají povětšinou negativní strukturu. Tvůrci soutěže se snažili vyvolat napětí a vytvořit konflikty mezi soutěžícími. Problémem bylo, jak jsem již uvedla, že odměnou byl alkohol, cigarety, k narozeninám striptérka, která měla vozík šampusu a za kahotkami cigarety. Opět nelze neuvést příklad moderátora Big Brothera, který jedné soutěžící říkal prostřednictvím televizní obrazovky: „Jestliže žadoníš o cigarety, musíš ukrást svým kamarádům oblečení, které nedostanou zpět...“ Nakonec její chování okomentoval velice pochvalně: „Šlo jí to skutečně fantasticky.“ V tomto případě je jasné, že zde chybí morální hledisko a takovýto výrok je značně demotivující pro mladé diváky. Klimeš také kritizuje používání naschválu jako součásti hry. Ano, bylo by skutečně nešťastné, kdyby se vrátily děti z tábora a popisovaly úkoly typu polévání oblečení kamarádům a prohrou by bylo chození ve spodním prádle. „K tomu je třeba podotknout, že hlavním výchovným prostředkem není poučování či vysvětlování, ale nápodoba.“¹²⁰ Klimeš se tedy domnívá, že i v případě kritiky tohoto chování hlasateli bude příklad účastníků silnější. Svou domněnku potvrzuje latinským výrokem *Verba movent, docent, exempla trahunt* (Slova učí, příklady táhnou).

Instrumentální a utilitární vztah k citům, vztahům a lidem. Zneužívání druhých ke svému prospěchu je typickým znakem pro poruchy osobnosti. Jde v podstatě o to, že nerespektujeme city a prožívání druhého člověka, ale jde jen o uspokojení našich potřeb. Tento přístup k sobě navzájem neměli jen spolubydlíci ve vilách, ale i moderátoři. Moderátor spekuloval, jak bude trpět přítel jedné účastnice BB, která prožívala románek ve vile. Problém byl v tom, že přítel účastnice nedal souhlas k tomu, aby se jeho city staly součástí této show. Klimeš ve své práci říká: „Za velmi nežádoucí musíme považovat utilitární chování k lidem v oblasti partnerských vztahů. Například v BB dostane družstvo za jednoho rozčileného muže

¹²⁰ KLIMEŠ, J. *Posouzení nebezpečnosti reality show (VV, BB) pro děti do 15 let - 1. posuzované období – (2. část)*. [online]. [cit. 2006-06-10]. Dostupné z: <http://web.quick.cz/jeronym.klimes/psychologie/2reality_show_jeronym_klimes.pdf>.

jeden bod. Vedoucí družstva vymyslel, že se pokusí rozčítit druhého tím, že mu přebere partnerku. Té pak nalhává, jak o ni má zájem. Opět je zjevné, že by děti v době nástupu puberty neměly být vystaveny takovým vzorům cynického, instrumentálního a utilitárního přístupu k ženám. Samozřejmě, že se s ním ve svém životě setkají, ale zde to může být předčasná indoktrinace, navíc je toto chování odměněno a oceněno Velkým bratrem 'Vedl sis dobře'.¹²¹ Nelze tedy toto chování prezentovat v televizi jako nezávadné a sympatické. Zde rozebírá psycholog Klimeš odpovědnost televizí za toto nevhodné chování. Podotýká, že televize připisují závadné chování účastníkům reality show a tím, že ho obrazovkou přenáší do rodin, s ním projevují souhlas.

Ve třetí části posudku k 30. 10. 2005 nazvané Posouzení nebezpečnosti reality show (VV, BB) pro děti do patnácti let a změn mezi prvním a druhým posuzovaným obdobím se zaměřil na zhodnocení jevů, které se objevily v druhém posuzovaném období (tedy po 15. 9. 2005). Hned v úvodu konstatuje, že mezi těmito dvěma obdobími nebylo moc pozorovatelných rozdílů. Televize tedy na upozornění RRTV nezareagovaly. Poté se věnuje multikauzalitě morálního vývoje, kde připomíná, že stejně jako chráníme děti před cigaretami, měli bychom je chránit i před nevhodnými pořady. V dalším navazuje na již zmíněný bod týkající se hrubosti, tedy na hádky a vulgarismy. Klimeš upozorňuje, že není výchovným cílem, aby děti neznaly vulgární slova, ale aby se naučily kultivovaně vyjadřovat a řešit konflikty bez urážení, konstruktivně. Opakuje, že tyto dovednosti se děti učí nápodobou okolí. Cítuje zde konverzaci ze dne 26. 9. 2005:

A: Ty jsi furt šlapka.

B: Komu tady říkáš šlapka. Kdo je u tebe šlapka.

A: Drž hubu, ty jedna PÍP

B: Kdo je u tebe šlapka.

A: Ty jsi!

B: Kdo je u tebe šlapka, ty svině jedna.

A: Se uklidni ti říkám PÍP, tě zabiju.

B: Potom já tebe.

A: Špinavko jedna špinavá.

¹²¹ Ibid.

B: Drž hubu, ty svině jedna.

A: Sama drž.

B: Drž hubu nebo tam skočím.

A: No, tak jenom skoč.

B: Sama jsi šlapka.

A: Šlapka ty jsi.

B: Zubačko, nikdo tě tu nemá rád.

Rozhodně nemůžeme říct, že by tato konverzace byla na úrovni, možná ani ty nejhorší pořady takovýto dialog nepoužívají. Opět Klimeš upozorňuje, že předvádění podobného chování bez jakéhokoliv komentáře může vážně ohrozit morální vývoj dětí. Dále Klimeš pojednává o tom, co vidí děti do patnácti let. Děti jsou mnohdy svědky chování, které si ani neumějí vysvětlit (zvracející opilí), a můžou z něho být i zmatení. Navazuje pojednáním o odpovědnosti, jak již naznačil v předešlých dílech studie. Účastníci motivováni výhrou dělají věci, které by možná asi sami neudělali. Jde jim to lehce, neboť vědí, že je to součástí hry, a tudíž zodpovědnost za své chování předávají Velkému bratru, své autoritě. Klimeš připomíná Milgramovy¹²² experimenty, kde se ukázalo, že okolo 80 % lidí bylo schopno na žádost autority zabít druhého. Ovšem televize nechtějí přebírat odpovědnost za jednání svých účastníků, a v tu chvíli nemáme viníka závadného chování. Klimeš uvádí příklad se soutěžící, která se chlubila ve zpovědnici Velkého bratra, že se pomstila jednomu ze spolubydlících „velice dobrým způsobem“. Vymočila se mu na tričko a má radost z toho, že je takový hlupák, že si toho asi nevšimne a vezme si ho na sebe. Soutěžící takové chování předvádí, protože se domnívá, že se od ní v soutěži očekává. Většina úkolů, které televize zadává, jsou naschvály. Televize se samozřejmě od takového chování distancuje. Dochází zde k rozptýlené odpovědnosti. O tom, že o objektivní odpovědnosti může rozhodnout pouze soud, není diskuze, ale zároveň nemůže být pochyb o tom, že vzhledem k vysílacímu času pořadu ho televize nepovažuje za nevhodný pro děti. Klimeš se dále věnuje zvnitřnělým zásadám. Konstatuje ovšem, že tyto show nechávají na divácích, aby si praktická či morální ponaučení učinili sami, což právě není vhodné pro děti do patnácti let, neboť ty ještě nedovedou pochopit

¹²² Stanley Milgram (1933 - 1984) – americký psycholog, řídil tzv. Milgram experiment, který popsal ve své knize *Poslušnost autoritě: Experimentální pohled*.

chování starších, ale naopak ho napodobují a adorují.

Jeroným Klimeš sepsal ještě čtvrtou část Posouzení nebezpečnosti reality show Vyvolení vysílané 22. 9. 2005 pro děti do patnácti let – dodatek k druhé části ke dni 10. listopadu 2005. Cílem této studie bylo rozebrat vysílání ze dne 22. 9. 2005, nikoliv ovšem obecně, ale konkrétní jevy, jež mohou být nebezpečné pro děti do patnácti let. Klimeš si všímá nevyrovnanosti jednotlivých dnů, kdy některé obsahují mnoho nevhodných prvků pro děti a některé téměř žádné. Domnívá se, že za toto kolísání může materiál, jenž má televize k dispozici. Všímá si obscénnosti, kdy se soutěžící reality show měli obléci do kostýmů postaviček z večerníčků, přičemž dva předvádějí opilou Karkulku a vlka. Pak se tam jakoby odehrává soulož mezi Křemílkem a Karkulkou (zde si není Klimeš plně jist těmito postavičkami). Je jasné, že toto zesměšnění oblíbených dětských hrdinů není vhodné. Ve stejném dni se vyskytla též neschopnost řešit konflikty. Proběhlo pár dialogů typu: „Ježišmarja, ty inteligentko; ty vole, to si děláš prdel.“ Z rozhovorů většinou není ani jasné, co je jádrem konfliktu, ale je jasné, že nic nenaznačuje jeho konstruktivní řešení. Tento den se projevilo i nevhodné erotické chování a promiskuita. Ve VyVolených se jedna ze soutěžících chová velice vyzývavě vůči jednomu soutěžícímu, se kterým měla i pohlavní styk, ale nachází sympatie i vůči jinému, jenž se zpovídá z toho, že se líbal se svým kamarádem na svatbě. S prvním účastnicí předvádí sexuální hrátky v posteli, osahávají se, ovšem o chvíli později se po dlouhém polibku s prvním účastníkem chystá jít do postele s druhým zmíněným. Toto nenazýváme jinak než promiskuitou, která je nežádoucí.

Klmeš se též zabývá otázkou přesouvání odpovědnosti a zdůrazňuje, že za špatný příklad dětem nechce nikdo brát odpovědnost; a právě v tom spočívá záludnost reality show. Televize ji chtějí přenechat na soutěžících, neb jejich přímé chování nerezírují, a naopak soutěžící považují úkoly, jež jim zadává televize, za dané, a proto je za ně odpovědná televize. Jeden ze soutěžících pak své chování omlouvá větou: „Je to úkol! Tak využiju všech možností. I nemorálních.“ Je jasné, že televizí daná pravidla mají dle tohoto účastníka přednost před morálním jednáním. Ovšem „z faktického hlediska však následky tohoto nedorozumění jdou k tíži především televizi, protože ta má poslední slovo při rozhodování, co předloží dětem ke sledování – jednak střihem a výběrem scén, dále volbou vysílacího

času a v neposlední řadě i výběrem účastníků z řad adolescentů a mladší dospělosti.¹²³

Klimesův závěr z jeho studií byl jasný - vysílání tohoto pořadu pro děti do patnácti let není vhodné a televize by měla posunout vysílací čas až po 22. hodině. I Klimeš odhaduje, že největší sledovanosti se těší reality show ve věkové kategorii 13 - 16 let. Na tom se shoduje s pedagogy. Domnívá se, že jeho kolegové hodnotí reality show spíše negativně.

Již zmíněný psycholog Jaroslav Šturma sledoval reality show občas a domnívá se, že je to nevhodný typ pořadu. Zejména pro děti a mládež jej považuje za návodný k sociálně nežádoucímu jednání. Zdůrazňuje sexuální chování, vulgární vyjadřování, zahálku, falešné hodnoty. Šturma se na rozdíl od kolegy Klimeše domnívá, že nejvíce sleduje reality show věková skupina 21 – 30. Neví, jak reality show hodnotí jeho kolegové. Obecné vyjádření doktora Šturmy k reality show uvádím v první části diplomové práce a v kapitole Psychologický a sociologický aspekt reality show.

Ladislav Csémy¹²⁴ sledoval reality show občas z důvodu jak profesionálního, tak z diváckého zájmu. V současnosti reality show nesleduje a shledává ho nevhodným typem pořadu. V dotazníku popisuje následující důvody: „Celý pořad považuji za silně manipulativní (viděl jsem však pouze několik dílů Vyvolených). 1) vybrané osoby nereprezentují populaci svého věku; 2) účastníci jednají nevhodně a televize vybírala účastníky právě tak a právě proto, aby se nevhodně chovali; 3) televize záměrně prezentuje nevhodné chování jako atraktivitu, která má udržet divácký zájem. Projevy účastníků jsou - alespoň z mého hlediska - nežádoucím modelem.“ Domnívá se, že nejčastěji sleduje tento typ pořadu věková skupina 13 – 16 let. Dle něj hodnotí většina jeho kolegů reality show negativně a dodává k tomu, že alespoň ve většině případů.

¹²³ KLIMEŠ, J. *Posouzení nebezpečnosti reality show Vyvolení vysílané 22. 9. 2005 pro děti do patnácti let – dodatek k druhé části – (4. část)*. [online]. [cit. 2006-06-10]. Dostupné z: <http://web.quick.cz/jeronym.klimes/psychologie/4reality_show_jeronym_klimes.pdf>.

¹²⁴ PhDr. Ladislav Csémy – působí v Laboratoři sociální psychiatrie v Psychiatrickém centru Praha.

1.4. Sociolog a jeho hledisko

Sociolog Miloslav Petrušek¹²⁵ reality show nesledoval, cítil odpor k tomuto typu pořadu, z čehož plyne, že ani v současnosti ho nesleduje. Považuje tento typ pořadu za nevhodný a dodává další přívlastky „hloupý, otupující“. Uvádí následující důvody nevhodnosti pořadu: „Nemá s realitou nic společného, jen název, prezentované ‘osobnosti’ jsou lidé snad z cirkusu 20. let, bytosti intelektuálně marginální, jazykově vulgární a bez jakýchkoliv mravních regulativů. Tvrdím-li to, pak nikoliv ze sledování CELKU pořadů, ale na základě tzv. upoutávek: zcela mi stačí potetovaná bytost, která vyhraje 15 milionů – proboha k čemu se to obracíme a proč? Ty (sic) byly kdysi soutěžní pořady, kde osobnost musela něco vědět nebo umět. Tito neumějí absolutně nic. Proč má být modelem dívka, která se živí decentní prostitucí?“¹²⁶ Stejně jako jeho kolegové psychologové se domnívá, že věková kategorie nejvíce sledující tento pořad je 13 – 16 let. Myslí si, že jeho profesní kolegové hodnotí tento pořad negativně. Sociolog Petrušek tak nejvíce kritizuje soutěžící, kteří nereprezentují vzorek naší běžné populace.

¹²⁵ Prof. PhDr. Miloslav Petrušek, CSc. (nar.1936) - profesor sociologie Institutu sociologických studií FSV UK; hostující profesor Masarykovy univerzity v Brně; externě přednáší sociologii na katedře kulturologie a katedře sociologie FF UK v Praze a na Fakultě humanitních studií UK.

¹²⁶ PETRUSEK, M. Re: *reality* [elektronická pošta]. Message to: Alžběta Kábelová. 26.6.2006 [cit. 2006-06-26]. Osobní komunikace.

2. Dotazníky

2.1. Dotazník pro žáky a studenty

Dotazník jsem sestavila ze 14 otázek, z nichž každá se vztahovala k určité hypotéze, kterou jsem si předem stanovila. Úmyslně jsem zvolila 14 otázek i z důvodu rozsahu dotazníku, ten mi vyšel přesně na 2 stránky formátu A4. Z vlastních zkušeností vím, jak mě dlouhé dotazníky obtěžovaly, ztrácela jsem koncentraci a vyplňovala je automaticky bez zamyšlení.

První dvě otázky se týkaly vlastního sledování reality show. Další dvě otázky ověřovaly správnost odpovědí na první dvě a zároveň sledovaly moc médií. Další otázka zjišťovala důvod sledovanosti, tedy co přesně vzbuzovalo zájem diváků. Otázka číslo 6 a 7 byla nasměrovaná na případnou vlastní účast v podobné show a na důvody této účasti. Dotazník se dále zabýval okolím dotazovaného – školou, rodinou atd. Tři poslední otázky zjišťovaly vlastní trávení volného času dotazovaného včetně nového potenciálního koníčka - reality show.

Na základní škole jsme žákům ve věku 12 – 16 let rozdala celkem 240 dotazníků, z toho se mi 123 dotazníků vrátilo, 62 bylo vyplněno chlapci a 61 dívkami. Malou návratnost připisuji faktu, že dotazníky byly distribuovány koncem školního roku, klasifikace byla již uzavřena a probíhaly různé školní akce mimo budovu.

Na střední škole jsem rozdala 300 dotazníků a návratnost byla větší, vrátilo se mi 284 vyplněných dotazníků. 94 respondentů byli zástupci mužského pohlaví a 190 ženského ve věku 15 až 19 let.

Na otázku první, zda žáci sledovali reality show, odpovědělo 20 % dětí ze základní školy, že pravidelně, 63 % občas (1 až 3x týdně) a 17 % vůbec ne. Rozdělení sledovanosti mezi chlapci a dívkami bylo rovnoměrné, nejvíce dětí odpovědělo, že reality show sledují občas. Stejněměrně byly rozděleny i odpovědi u různých věkových skupin a pohlaví a nejčastější odpovědí bylo občasné sledování reality show. Středoškoláci v 64 % sledovali reality show občas, 21 % pravidelně a 15 % vůbec ne. Druhá otázka, která navazovala na první a vztahovala se ke sledovanosti reality show v současnosti, prokázala rozdílnosti ve sledovanosti. Pravidelně sleduje reality show 22 %, zde se dokonce prokázal nárůst sledovanosti o

2 %. Oproti 63 % školáků základní školy v první otázce občas sleduje reality show 55 %, došlo zde tedy ke snížení občasného sledování o 8 %. Větší rozdíl se projevil u nesledování reality show, zatímco 17 % nesledovalo reality show vůbec, v současnosti bylo 34 %. Co se týkalo středoškoláků, u nich se rozdíl projevil ještě výrazněji. V současnosti sleduje pravidelně 11 % středoškoláků reality show, v minulosti to bylo 21 %, občas ho sledovalo 64 %, teď jen 43 %, největší nárůst se vyskytl u nesledovanosti, a to z 15 % na 46 %.

Třetí a čtvrtá otázka týkající se vítěze reality show dopadla v případě VyVolených jednoznačně. 80,5 % žáků základní školy znali jméno Vladka Dobrovodského¹²⁷ a 85 % znalo jméno vítěze Big Brother Davida Šína¹²⁸. U středoškoláků tomu bylo podobně. Vladka uvedlo 96 % dotazovaných a Davida alias Shreka 81 %. Zde byl naznačen větší zájem o reality show VyVolení.

V páté otázce pátrající, co přitahovalo mladé ke sledování, mohlo být zaškrtnuto více odpovědí. Nejpřitažlivější se ukázalo chování soutěžících (hádky apod.), pro 31 % žáků a 42 % studentů. Na druhém místě sami soutěžící, pro 22 % žáků a 15 % studentů. Erotické scény a „nic“ získaly rovnoměrně něco přes 10 % u žáků, u studentů pak „nic“ 12 % a erotické scény 8 %. Následovaly vulgarity a moderátoři – u žáků 8 %, u středoškoláků získaly něco málo přes 5 %, co se týkalo vlastních důvodů, uváděli žáci nejčastěji (4 %) úkoly, pak průběh a vývoj soutěže (1 %) a ani na jedno procento nedosáhla zábava, individualita, vztahy a změny chování soutěžících. Ovšem můžu říci, že posledně jmenovaný bod můžeme považovat za zajímavý postřeh. Objevila se i odpověď „Sylvin¹²⁹ big bohr“, což uvedl patnáctiletý žák základní školy, a plně to přisuzuji pubertě či prostě jen snaze být zajímavý. Studenti uvedli více důvodů sledovanosti, kromě úkolů a psychických kolapsů, které získaly procento a půl, nezískaly ovšem celkově ani jedno procento. Byla to hra o peníze, počet sledujících, chování režie, nevšední typ soutěže, scény ze života, co je člověk schopen udělat pro peníze, nápad, reklamy, občas sranda, zvědavost, odreagování. Uvedli i idiocii účastníků, což jiný ze studentů nazval

¹²⁷ Respondenti spíše uváděli jméno než příjmení vítěze.

¹²⁸ Většina žáků a studentů uváděla přezdívku vítěze Shrek, již byl označován ve vile díky své podobnosti s animovanou postavou zlobra se jménem Shrek.

¹²⁹ Sylva byla účastnicí reality show Big Brother, která se v jednom vysílání objevila nahá.

podprůměrnou inteligencí či debilitou soutěžících nebo mentalitou soutěží, ovšem toto mohlo spadat i do odpovědi soutěžící, stejně tak agrese a vulgární hádky při sexu a hádky, adaptabilita soutěžících mohla být uvedena pod odpovědí chování soutěžících. Opět se zde objevil i u studentů střední školy ve věku 15 a 16 let projev pubertálního chování či touha stát se zajímavými, a to při odpovědi nahatí kluci.

Reality show by se chtělo účastnit 28 % žáků, 41 % ne a 31 % neví. Důvodem účasti by byl pro 50 % život ve vile, pro 29 % výhra, jako vlastní důvody uvedlo 9 % žáků poznat nové lidi, 6 % zkušenosti a pro 3 % zábava a žití ve vile zadarmo, slávu neuvedl žádný z dotázaných. Středoškoláci se projeví jednoznačněji, 17 % by se soutěžícími stát chtělo, 61 % ne a 22 % neví. Výhra byla motivací pro 40 %, 27 % uvedlo život ve vile a slávu 14 %, 13 % uvedlo zkušenosti, jichž by chtěli dosáhnout účasti v reality show, 2 % studentů uvedlo život dlouho strávený v cizím prostředí a 2 % získat názor na svoji osobu. Sedmnáctiletý respondent uvedl jako důvod ukázat světu vlastní sex.

S učiteli probíralo téma reality show 12 % žáků a 11 % studentů, se spolužáky 77 % žáků a 72 % středoškoláků, 11 % žáků a 17 % středoškoláků uvedlo, že se o tomto tématu nebavilo. S rodiči si povídalo o tomto pořadu 67 % žáků a 68 % studentů. 53 % rodičů dle jejich dětí školou povinných sledovalo show, 38 % nesledovalo a zbytek nevědělo. Přičemž téměř identické odpovědi byly i u středoškoláků, kteří se domnívají, že 51 % jejich rodičů sledovalo tuto show, 44 % nesledovalo a zbytek nevědělo.

75 % žáků se domnívá, že reality show sleduje nejvíce věková kategorie 13 – 16 let, na druhém místě uvádějí skupinu 17 – 20letých s 15 %, o ostatních kategoriích si to myslí méně jak 5 %. S žáky se shodují studenti. 63 % si myslí, že nejvíce sleduje reality show skupina 13 – 16letých, 20 % to předpokládá u 17 – 20letých. 8 % studentů pak odhaduje věkovou kategorii 21 – 30 a méně než 5 % další věkové kategorie.

Sportu se věnuje ve volném čase největší procento žáků (22 %) i studentů (30 %). Podobně je tomu i s ostatními zájmy: televize a internet, jen pořadí je opačné.

20 % žáků ve volném čase sleduje televizi, 19 % se věnuje internetu, 11% četbě, 9 % zájmovým kroužkům, 5 % shodně kamarádům, škole a PC, kultuře 3 %. Jako další volnočasové aktivity žáci uváděli práci doma, domácí zvířata (kocour, králík, pes), hraní se sourozenci, lenošení, modelaření, mobilní telefon, ICQ¹³⁰ nebo erotiku, jak uvedl patnáctiletý žák. Tyto aktivity vždy uvedlo necelé jedno procento. Někteří upřesňovali zájmové kroužky jako tanec a malování. Na druhém místě po sportu uvedlo 20 % studentů internet, 13 % sleduje televizi, 12 % čte, po 8 % získala kultura a kamarádi, 4 % uvedla zájmové kroužky, 1 % učení a školu, ostatní aktivity nemělo ani 1 % dotazovaných a patřily mezi ně počítač, hudba, zábava, lenošení venku, tuning, všechno kromě školy, historie, brigáda či práce, playstation, psaní povídek/básní, slečny, turistika, několik studentů specifikovalo zájmové kroužky jako tancování, malování, objevila se i odpověď sex a honba za pokladem.

Reality show dalo někdy přednost před vlastní zálibou 9 % žáků a 10 % studentů.

Z toho 36 % žáků dalo reality show přednost před internetem, 21 % před četbou, 14 % před zájmovými kroužky a méně než 10 % před sportem či jinými zájmy (ICQ).

Ze studentů, kteří někdy upřednostnili reality show před zálibou, to bylo u 45 % internet, 14 % četba, 13 % sport, 8 % učení a kamarádi, pod 5 % dalo přednost reality show před zájmovým kroužkem, hudbou, sexem a hospodou.

¹³⁰ ICQ – populární internetový komunikační program umožňující bavit se s ostatními lidmi v reálném čase, posílat soubory atd.

2.2. Dotazník pro rodiče

Tento dotazník byl distribuován rodičům žáků ZŠ Tábořská a studentů OA Vinohradská, kteří ho obdrželi od svých dětí. Na základní školu bylo distribuováno 240 dotazníků pro rodiče a na střední školu 280. Vyplněných dotazníků jsem získala 215, od rodičů ze základní školy 73 (12 vyplněných od mužů a 61 od žen) a ze střední školy 142 (23 mužů a 119 žen). Co se týče malé návratnosti, ukazuje buď na neobdržení dotazníků, což lze připsat zapomnětlivosti žáků a studentů, či vytiženosti nebo zapomnětlivosti rodičů.

Nejvíce byla zastoupena věková kategorie 40 až 49 let. Stejně jako u dotazníků pro žáky a studenty se každá otázka vztahovala k předem stanovené hypotéze. Dotazník byl složen ze 12 otázek, které se vešly na 2 stránky formátu A4. První tři otázky se týkaly sledování reality show. Další dvě otázky ověřovaly znalost reality show a pravdivost odpovědí na první dvě otázky. Zároveň sledovaly moc médií. Další otázka zjišťovala, co přesně vzbuzovalo zájem diváků. Otázka číslo 7, 8 a 9 řešila vztah rodičů a dětí vzhledem ke sledování reality show. Následující otázka pátrala po věkové skupině diváků, o kterých se rodiče domnívají, že sledují pořad nejvíce. Poslední tři otázky pak sledovaly názory rodičů na škodlivost či vhodnost uvádění tohoto pořadu v programové nabídce televize.

Pravidelně sledovalo reality show 11 % rodičů, občas 55 % a vůbec ne 34 %. V současnosti se pravidelně dívá pouze 3 % rodičů, občas 34 % a 63 % vůbec ne. 55 % rodičů sleduje reality show společně s dětmi a 45 % odděleně.

Jméno Vladka jako vítěze soutěže znalo 73 % a vítěze Big Brother Davida 45 %.

36 % rodičů nezaujalo na reality show nic, 29 % zaujalo chování soutěžících (hádky apod.), 17 % soutěžící, 7,5 % moderátoři, 4 % změny chování soutěžících v uzavřeném prostředí, 2 % vulgarismy. Stejně množství diváků, necelé procento, bylo zaujato něčím novým a neznámým, dále možností odhadovat typy lidí, realitou, výraznými osobnostmi se smyslem pro humor, co je člověk schopný udělat pro peníze, manipulací s diváky a vysokou frekvencí vysílání.

O reality show hovořilo s dětmi 81 %, z toho 49 % o chování soutěžících, 33 % o tom, komu fandí a kdo je jim sympatický apod., 13 % o vulgarismech a 5 % o erotických scénách. 11 % rodičů zakazovalo svým dětem reality show sledovat.

Dle rodičů se největší sledovanosti těšila u věkové skupiny 13 – 16 let, a to 46 %, 28 % se domnívá, že tomu bylo u 17 – 20letých, 8 % 21 – 30letých, věkovou skupinu 31 – 40 tipuje 6 % a stejné procento 41 – 60 let. O 6 – 12letých je přesvědčeno 5 %, 1 % uvedlo 61 – výše.

O negativním ovlivnění morálního vývoje dětí reality show je přesvědčeno 45 %, 32 % ne a 23 % neví. Podle 34 % do programové nabídky patří, 33 % rodičů se tak nedomnívá a stejné procento neví. Jako důvody proti uvádění pořadu v televizi rodiče uvedli, že je to „ztráta času“ (10,6 %), „úpadek kultury a vzdělanosti českého národa“ (1,3 %), „nevkusný pořad plný primitivního chování“ (7,5 %), „vulgární pořad“ (1,3 %), „vyhraněný typ pořadu pro malý okruh lidí“ (1,3 %), že „neshledávají nic pozitivního na této soutěži“ (2,7 %), „zabraňuje možnosti vysílání kvalitnějších pořadů“ (4,1 %), „nemá žádný kladný výchovný přínos“ (2 %), „nepřináší člověku nic“ (3,4 %), „negativně ovlivňuje postoje a je snadným přínosem peněz“ (3,4 %), „nejhorší je každodenní vysílání od 20.00“ (3,4 %), „pořad je plný pochybných individuí, která se předvádí“ (2 %). Naopak pro vysílání zazněly od rodičů následující důvody: „objevuje se zde reálný popis povah a chování lidí v neobvyklých situacích“ (3,4 %), „show ukazuje, že vše není tak snadné, jak se zdá“ (0,6 %), „zábava a odpočinek od násilí, kterého je moc“ (5,5 %), „je na co se koukat, lepší než přehršle krimi“ (2 %), „ukazuje, co je člověk schopen udělat pro peníze“ (0,6 %), „nový typ pořadu, změna programu“ (4,1 %), „zajímavý pořad z psychologického hlediska“ (3,4 %), „člověk o sobě více uvažuje, jak by se zachoval on a na co má a nemá v životě“ (2 %). Další názory nevyzněly jednoznačně pro, či proti vysílání reality show: „tento pořad zvýší televizím sledovanost“ (2 %), „tuto show by měli dávat v pozdějších hodinách a ne v hlavním vysílacím čase“ (5 %), „je to celosvětová záležitost, bussiness“ (1,3 %), „u komerčních televizích je to forma zábavy pro určitou skupinu“ (1,3 %), „každý člověk má volnost výběru pořadu“ (7,5 %), „tento pořad ukazuje odlišnost v kvalitě“ (3 %) či „moje věková skupina to nesleduje“ (1,3 %). 16 % rodičů důvody neuvedlo.

2.3. Vyhodnocení dotazníků

Při vyhodnocování dotazníků a potvrzování hypotéz slučuji pravidelné a občasně sledování v otázce číslo 1 a 2 jako projevený aktivní zájem o reality show. Výsledky dotazníku ukázaly, že reality show měly skutečně obrovskou sledovanost v okamžiku svého masivního vpádu. Neubránili se ani žáci ZŠ (83,7 %) či studenti střední školy (85 %), stejně tak tomu bylo u dospělých – rodičů (66 %). Větší sledovanost vykázaly ženy – žákyně základní školy 92 % vůči 76 % žáků, studentky střední školy – 91 % proti 74 %, matky - 71 % oproti 40 % otců. Správnost odpovědí jsem si ověřovala dotazem na vítěze reality show VyVolení a Big Brother. Správných odpovědí bylo v prvně zmiňované soutěži 87 % a ve druhé 69 %. I tyto výsledky potvrdily větší zájem o reality show VyVolení. U rodičů byl rozdíl mezi znalostí vítěze těchto dvou soutěží nejznatelnější – 73 % uvedlo jméno Vladka a 45 % jméno Shreka.

Po prvotním nadšení z novinky na obrazovce zájem o reality show opadává, i toto se nám potvrzuje – reality show sleduje v současnosti 77 % žáků, zde není pokles tak rapidní (6,7 %), u studentů se procento snížilo o 31 % a u rodičů oproti 66 % v minulosti na 37 % v současnosti, tedy pokles o 29 %. Větší sledovanost u žen se nezměnila ani v současnosti – žákyně 70 % vůči 62 %, studentky 57 % proti 49 %, matky 39 % proti 26 %. Markantnější pokles se prokázal u dospělých, z čehož by se dalo vyvodit, že mládež více podléhá mediálnímu tlaku. Žáky a žákyně nejvíce zaujalo chování soutěžících a stejně tomu bylo i u studentů a studentek.

Co se týče hypotézy, která předpokládala, že se nezájem začne nejdříve projevovat u středoškoláků a nejdéle se udrží u žáků základní školy, musím konstatovat, že zájem klesal téměř rovnoměrně u všech věkových skupin. Tato hypotéza se nepotvrdila.

Čtvrtá hypotéza, která pak u žáků předpokládala i největší míru negativního dopadu – účastníci reality show se stávají vzorem pro způsob lehkého nabytí peněz, vzorem pro nestandardní chování, vyjadřování, vedoucí až k touze účastnit se podobných show, se částečně potvrdila. V otázce číslo 6 týkající se případné účasti v reality show se projevilo, že studenti střední školy mají mnohem ucelenější představu o své budoucnosti, protože 61 % se jasně vyjádřilo pro neúčast a 22 %

nevědělo. U žáků základní školy bylo pro neúčast 41 % a 31 % nevědělo.

Projevil se i rozdíl mezi pohlavími, kdy pro účast se vyjádřilo 24 % studentů a 13 % studentek, což můžeme přisoudit tomu, že dívky jsou vývojově pokročilejší než chlapci. 40 % chlapců potom uvedlo jako důvod účasti výhru, zatímco 40 % dívek uvedlo život ve vile. U žáků byl poměr mezi chlapci a dívkami opačný – pro účast bylo 30 % dívek a jen 26 % chlapců. I toto v podstatě odpovídá běžnému vývoji, kdy se dívky dostávají do pubertálního období dřív než jejich stejně staří spolužáci a chtějí se osamostatnit a odejít z domova, být nezávislé, „rodiče jim nerozumí“. Způsob žití ve vile je pro ně přesně to, co v tomto věku chtějí – žít s kamarády, hrát hry a dělat, co mají zakázané – pít, kouřit a experimentovat s partnery. Proto v následující otázce 72 % dívek uvedlo jako nejčastější důvod účasti v soutěži život ve vile. U 50 % žáků to byla výhra a jen pro 25 % život ve vile.

Projevil se i velice smutný fakt, že učitelé na základní ani na střední škole neprobírali se svými žáky či studenty téma reality show. Jen 12 % žáků a žákyň uvedlo, že se o tomto tématu s učiteli bavili, na střední škole totéž uvedlo 11 %. 17 % středoškoláků se o soutěži nebavilo vůbec, na základní škole pak 11 %. Zbytek pořad probíral se svými spolužáky.

Zajímavá byla v této otázce konfrontace rodičů a jejich dětí. 68 % studentů uvedlo, že soutěž probíralo se svými rodiči, na základní škole tento fakt uvedlo 67 %. Celkově tedy 65 % dětí zakroužkovalo, že se se svými rodiči bavili o reality show, ovšem 81 % z rodičů zakroužkovalo, že s dětmi o tomto pořadu hovořilo, z toho 68 % mužů a 83 % žen. Předpokládám, že rodiče měli větší tendence v tomto bodě přehánět. Mohu se jen domnívat, že cítili vhodnost probírat toto téma s dětmi. Ovšem mohu i předpokládat, že ve svých snahách nenalezli u dětí ohlas, ty si „seděly na uších“. Výzkum ještě ukázal, že zástupkyně ženského pohlaví více diskutovaly se svými rodiči, a toto číslo se rozděluje s věkem – zatímco na základní škole se s rodiči bavilo 72 % dívek a chlapců 61 %, na střední škole tomu již bylo 77 % dívek oproti 57 % chlapců. Potvrzuje to, že dívky mají bliž ke svým rodičům a více věcí s nimi probírají. Mohu se opět jen domnívat, že více komunikují se svými matkami. Překvapilo mne, že se neprokázal větší rozdíl mezi základní a střední školou, kdy jsem předpokládala, že více debat, které budou probírat nevhodné chování soutěžících

na obrazovkách, bude mezi rodiči a dětmi ze ZŠ. A stejně tak jsem se domnívala, že studenti střední školy nebudou se svými rodiči tolik o soutěži debatovat, jak tomu ve skutečnosti bylo.

Ještě jedno srovnání odpovědí bylo nasnadě, a to sledovanost reality show rodiči z pohledu rodičů a jejich dětí. Rodiče sami uvedli, že reality show sledovalo pravidelně 11 % a občas 55 %, tedy dohromady 66 %. 53 % žáků uvedlo, že jejich rodiče reality show sledovali, přičemž 9 % nevědělo. U studentů tomu bylo podobně, 51 % napsalo, že rodiče sledovali reality show a 5 % nevědělo. Pokud bychom to sledovali dle opačných odpovědí, došli bychom k velice podobným výsledkům, 38 % žáků základní školy uvedlo, že jejich rodiče nesledovali reality show, 44 % středoškoláků zakroužkovalo totéž.

Za zmínku jistě stojí, že přesto, že 45 % rodičů uvažuje o možnosti morálního ohrožení dětí prostřednictvím reality show, pouze 11 % rodičů svým dětem reality show zakazovalo sledovat. To může například znamenat, že rodiče razí demokratický styl výchovy namísto autokratické, či jsou si vědomi, že dětem stejně zákazem nezabrání ve sledování televize, protože přes den jsou v práci. Na toto se váže ještě jedna zajímavost. Z faktu, že tak vysoké procento rodičů (45) uvádí, že reality show může ohozit morální vývoj dětí, a 46 % rodičů uvádí, že největší sledovanosti se těší u věkové skupiny 13 – 16 let, usuzuji, že toto rodiče tipovali ze svých vlastních zkušeností s dětmi. O to víc je zarážející, že 34 % rodičů je přesvědčeno, že tento pořad patří do programové nabídky televize. Jen pro ucelenost uvádím, že 33 % neví a 33 % se domnívá, že nepatří, tudíž počet rodičů domnívajících se, že pořad patří a nepatří do programové nabídky televize, a těch, co neví, je téměř vyrovnaný!

Část páté hypotézy, studenti na rozdíl od žáků neupřednostňovali reality show před svými volnočasovými aktivitami, se potvrdila. 90 % studentů nedalo přednost reality show před svou zálibou. Velice potěšující pak je, že další část hypotézy týkající se žáků se nepotvrdila, jelikož 91 % žáků nedalo přednost reality show. A z těch, co dali přednost reality show, nejvíce procent (46 % ZŠ a 59 % SŠ) ji upřednostnilo před internetem, shodně 18 % žáků před četbou a sportem, přičemž u studentů tomu bylo 7 % před četbou a 14 % před internetem. 9 % školáků napsalo

ICQ, které svou povahou můžeme bez problémů přiřadit k internetu, a 9 % napsalo hospodu. 11 % studentů upřednostnilo reality show před učením (už to je zajímavé, že ho studenti řadí do svých zálib, ale přičítám to možná i nepozornému čtení otázky) a 3 % shodně uvedla hospodu, kamarády a sex, posledně jmenovaná záliba byla uvedena 18letým studentem.

Závěr

Touto diplomovou prací jsem se snažila přispět k lepšímu pochopení fenoménu reality show, se kterým jsme dnes a denně konfrontováni při nejrůznějších situacích a na nejrůznějších místech a na něž možná tak trochu nepřipraveně reagujeme. Mým cílem nebylo posuzovat jednotlivé reality show, ale zamyslet se nad tím, zda nám sledování pořadů tohoto typu něco může přinést. Jedno je jasné, nejedná se o vzdělávací pořad. Otázka, zda se jedná o pořad oddechový, už může být námětem diskuze. Někteří lidé si skutečně u reality show byli schopni odpočinout.

Zástupce Rady pro rozhlasové a televizní vysílání P. Pospíchal uvedl opatření, která vedle udělených pokut Rada navrhla, např. odsunout vysílací čas za 22.00 hod., dále připomenul nutnost debatovat také s těmi, na něž je show zaměřena, a nejen s odborníky. Musíme si uvědomit, že komerční televize na rozdíl od veřejnoprávních stanic nemá „mantinely“ a bude se v boji o diváka snažit udělat cokoliv, protože ona může překročit tabu. Televize tak přestává být spojencem při výchově dětí. Připomeňme si jen to, co již bylo v úvodu řečeno, že televize má několik funkcí a dvě z nich jsou výchovná a vzdělávací. Ano, reality show se staly jakousi úspěšnou novinkou v boji o diváka, ale zapoměly přitom na svůj vliv na něj. Je pravdou, že reality show dokázaly přilákat k obrazovkám milióny diváků, ale po čase opět vzbudily diskuzi o odpovědnosti státu, společnosti a rodiny.

Ukázalo se, že reality show rozdělily televizní diváky na 3 skupiny. Jedni reality show nesledovali vůbec, druzí reality show sledovali pravidelně, stalo se to v podstatě jejich koníčkem, chtějí se sami podobné show zúčastnit, s představiteli této show se chtějí ztotožnit a třetí skupina sledovala reality show jen občas, ale seznámila se s nimi zejména prostřednictvím ostatních médií a svého okolí, bavili se o tom přátelé apod. Je to logické, pro někoho může být atraktivní sledovat zápas s lidskými slabostmi a zápory, pro jiného je to ztráta času, připadá jim to nízké a hloupé. Je jasné, že nemůžu všechny důvody, které vedly diváky ke sledování tohoto pořadu, jen takto jednoduše shrnout. Jedná se o naprosto osobní rozhodování, jestli je vedeno instinktem, pohodlím či přemýšlivou úvahou, to nejsem schopna posoudit. Toužit po pokračující reality show každý a celý den, večer, noc, dočítat se o ní v tisku, řešit problémy cizích osob, nechat se ošálit rádoby „star“, sledovat její veřejnou umělou výrobu atd., to vše lze ignorovat a můžeme se dokonce i urazit přístupem médií vůči

nám, ale to je v podstatě vše. Kdo se chce stát bohatým, má v reality show jen mizivou šanci, ale televizní hvězdou se může stát, i když nezvítězí. Smutné je, že už jen málo jsme si vědomi pomíjivosti těchto hvězd. Můžeme říci, že managementu neveřejnoprávních televizí se povedl v podstatě zlomyslný kousek.

Rizika reality show existují, to je jasné. Největším rizikem je vytváření špatných vzorů pro mládež a uvádění pochybného pořadí hodnot, dále užívání hrubých výrazových prostředků médií, zbytečné, předčasné a zkreslené informování o sexu, propagování alkoholu a cigaret. Máme tedy reality show zakázat? To v podstatě nelze, je nás stále menšina, kdo nesouhlasí s vysíláním hysterických, nezajímavých jedinců a hlavně kdo je takto vidí, což dokázalo i moje empirické šetření. Z toho vyplývá, že nemůžeme poté očekávat, že by se soukromé televize vzdaly svého trháku. A tak dochází k tomu, že se divák stává pasivním konzumentem všeho, co televize vysílá.

Jak již má práce naznačila, sledování televize v dětství podle odborníků zásadním způsobem narušuje vývoj jak intelektuálních, tak citových a především volních schopností člověka a jeho individuality, neboť nezahrnuje jeho vůli v procesu vidění, znemožňuje vytváření individuálního citového vztahu k viděnému obrazu, podlamuje fantazii a kreativitu, brání rozvoji motorických schopností dítěte, a tím podporuje pasivní postoj ke světu a podlamuje vůli jako takovou. K tomu dochází zcela nezávisle na výběru pořadů, které dítě sleduje. Navíc, již v závislosti na konkrétních pořadech, dochází k nerefektovanému přejímání mravně pochybných postojů a systematickému otupování vůči násilí, bolesti, utrpení a smrti druhých lidí. S televizí by se tedy mělo zacházet jako s dalším členem rodiny, protože jím v poslední době bezesporu je. Má slova jen potvrzuje Jeroným Klimeš: „Negativní vliv televize je tím větší, čím více selhává rodina¹³¹“. Ale co to tedy znamená? Zacházet s ní citlivě. Televizní obrazovka je mocným médiem a je třeba s ní zacházet zodpovědně. Nedávno jsem četla pěkný příměr s bojovými uměními. Ten, kdo je ovládá, disponuje smrtící schopností. Proto se všichni bojovníci učí sebeovládání a

¹³¹ KLIMEŠ, J. *Posouzení nebezpečnosti reality show (VV, BB) pro děti do 15 let - stručné vyjádření – (1. část)*. [online]. [cit. 2006-06-10]. Dostupné z: http://web.quick.cz/jeronym.klimes/psychologie/1reality_show_jeronym_klimes.pdf

úsudku, aby své schopnosti užívali skutečně jen tam, kde je to nutné. Podobně osoby, které rozhodují o tom, kdy bude televize zapnutá a kdy ne, musejí být v tomto konání zodpovědné. A v neposlední řadě ti, kdo rozhodují o obsahu televizního vysílání, musejí být zodpovědní za vše, co divákům předloží, protože ti spoléhají na televizní věrohodnost a spolehlivost. Brát ohled na tento požadavek bude ovšem kvůli profitu z televizního vysílání složité.

J. Klimeš ještě dodává: „Negativně formující vliv reality show dopadne nejvíce na ty děti, které již tak mají dost těžký osud. Nelze tedy spoléhat pouze na ochraňující rodiny. Tyto pořady, které jsou vývojově určeny pro věk adolescence a výše, není možno presentovat v časech do 22:00, kdy máme jistotu, že se na ně budou nekriticky dívat i desetileté děti.“¹³² A zde se nám možná otvírá řešení reality show, a to posunout jeho vysílací dobu. Nicméně toto řešení nebude vhodné pro televizní stanice, které jsou si vědomy, že největší sledovanosti se tento pořad těší u věkových skupin, jež by měly ve 22 hod. již spát nebo uléhat ke spaní. A nejen pro televize a jejich reklamní manažery. Tento typ pořadu ovlivnil i další média a stal se více než výdělečným pro reklamní trhy. Nejenom internetové servery, např. Seznam.cz a Centrum.cz bojovaly o partnerství s organizátory reality show, aby si zajistily návštěvnost. Je tedy nutné najít jiné řešení. Nabízí se ještě jedno, a to vytvořit nový formát pořadu, který by též ovlivnil naše myšlení, ale řekněme plnohodnotněji a byl by vhodný k vysílání po celý den a také v hlavním vysílacím čase. A hlavně by byl reálnější než tzv. reality show.

Vzpomeňme si na vysílání časosběrných dokumentů Heleny Třeštíkové Manželské etudy, které vůbec neměly takovou mediální podporu, a přesto prokázaly vysokou sledovanost. Věřím, že jejím důvodem byla reálnost výpovědí a života. Není toto ta pravá reality show? Ano, člověk je bytost zvědavá a chce „koukat sousedům do talíře“, ale proč to nedělat poučnou a zajímavou formou?

Na zasedání v Senátu, o kterém jsem se již zmínila, zazněl i apel „zvednout hlas proti mediálnímu otroctví“ od pana Horálka¹³³, ovšem proti tomu zaznělo i

¹³² Ibid.

¹³³ Ing. Milan Horálek, CSc. – předseda rady České televize

zdůrazňovat „svobodu slova před cenzurou“ z úst pana Bárty¹³⁴ a poslanec Nájemník¹³⁵ naznačil příčinnou souvislost problematiky s krizí myšlení a systému hodnot západu.¹³⁶

Faktem tedy zůstává, že reality show jako jistou formu zábavy nelze omezit, vytěsnit ani zrušit, ale měly by se racionálně uchopit. My bychom si měli uvědomit, že z média televize by se neměl stát rovnoprávný člen rodiny, a se stejnou obezřetností, s jakou přistupujeme k filmům projevujícím nepřiměřené násilí či pornografií, bychom měli přistupovat k reality show typu VyVolení nebo Big Brother. A stejně tak bychom měli před nimi chránit naše děti.

¹³⁴ Mgr. Zdeněk Bárta – senátor 2000 - 2006

¹³⁵ Mgr. Václav Nájemník – poslanec za ODS v letech 1992 - 2006

¹³⁶ Volně přejato z článku uveřejněného v *Britských listech* V realitě reality show od autorů Hany Svobodové a Vlastimila Balína.

Resumé v českém jazyce

Diplomová práce se věnuje fenoménu reality show. Teoretická část podrobněji seznamuje s médiem televize, jímž je tento typ pořadu přenášen, probírá reality show obecně i z různých pohledů, zejména pak psychologického a pedagogického. Teoretická část je podpořena částí praktickou. Ta obsahuje expertní šetření, dotazníky pro experty (pedagogy, psychology a sociologa) a uvádí jejich názor na tuto problematiku. Vyhodnocuje dále dotazníky, jež byly distribuovány žákům základní a střední školy a jejich rodičům. Závěr shrnuje všechny výše uvedené přístupy k reality show.

Résumé in English

The diploma work deals with the phenomenon of reality show. The theoretical part is a close introduction with the medium television, because it broadcasts this type of program. Then explores the reality show from different angles, mainly from psychological and pedagogical. The theoretical part is supported by the practical part. The practical part contains expert disquisition, questionnaire for selected experts (pedagogues, psychologists and sociologist) and mentions their opinions about this dilemma. Also it evaluates questionnaire given to classmates of elementary and high school and further to their parents. The conclusion summarises all above-mentioned approaches to the reality show.

Přílohy

Příloha 1

QuickTime™ and a
TIFF (Uncompressed) decompressor
are needed to see this picture.

Vladimir Kosma Zworikyn předvádí elektronickou televizi, 1929

Příloha 2

QuickTime™ and a
TIFF (Uncompressed) decompressor
are needed to see this picture.

Červenooranžový televizní obraz z 20. a 30. let ve velikosti tehdejší televizní
obrazovky

Příloha 3

QuickTime™ and a
TIFF (Uncompressed) decompressor
are needed to see this picture.

Reklama na bezdrátový televizní ovladač z roku 1955 Zenith

Příloha 4

Qualitas™ and a
TIF® (unavailable) are needed to see this picture.

Graf je převzat z knihy *Člověk, prostředí, výchova* od KRAUS, B., POLÁČKOVÁ, V. et al.

Příloha 5

PRŮMĚRNÝ DEN BRITŮ
Volný čas - 4 h 41 min (4 h 21min)
Spánek - 8 h 11 min (8 h 25 min)
Jídlo, osobní péče - 1h 55 min (2 h 7 min)
Cestování - 1 h 36 min (1 h 33 min)
Domácí práce - 1 h 54 min (3 h 28 min)
Práce/studium - 5 h 42 min (4 h 6 min)
Údaje o ženách jsou v závorce

Tabulka převzata z <http://www.bbc.co.uk/>

Příloha 6

Share podle pohlaví (v %) období 16. týden 2006 (17. 4. - 23. 4.)

Skupina	ČT1	ČT2	Nova	Prima	Ostatní
Děti 4 - 14	21,91	6,46	41,28	23,85	6,50
Ženy 15+	19,81	5,49	45,18	23,64	5,88
Muži 15+	19,45	10,62	41,49	20,10	8,34
Dospělí 15+	19,65	7,77	43,54	22,07	6,97

Zdroj ATO - Mediaresearch

Příloha 7

QuickTime™ and a
TIFF (Uncompressed) decompressor
are needed to see this picture.

Fotka z upoutávky na The Anna Nicole show

Příloha 8

QuickTime™ and a
TIFF (Uncompressed) decompressor
are needed to see this picture.

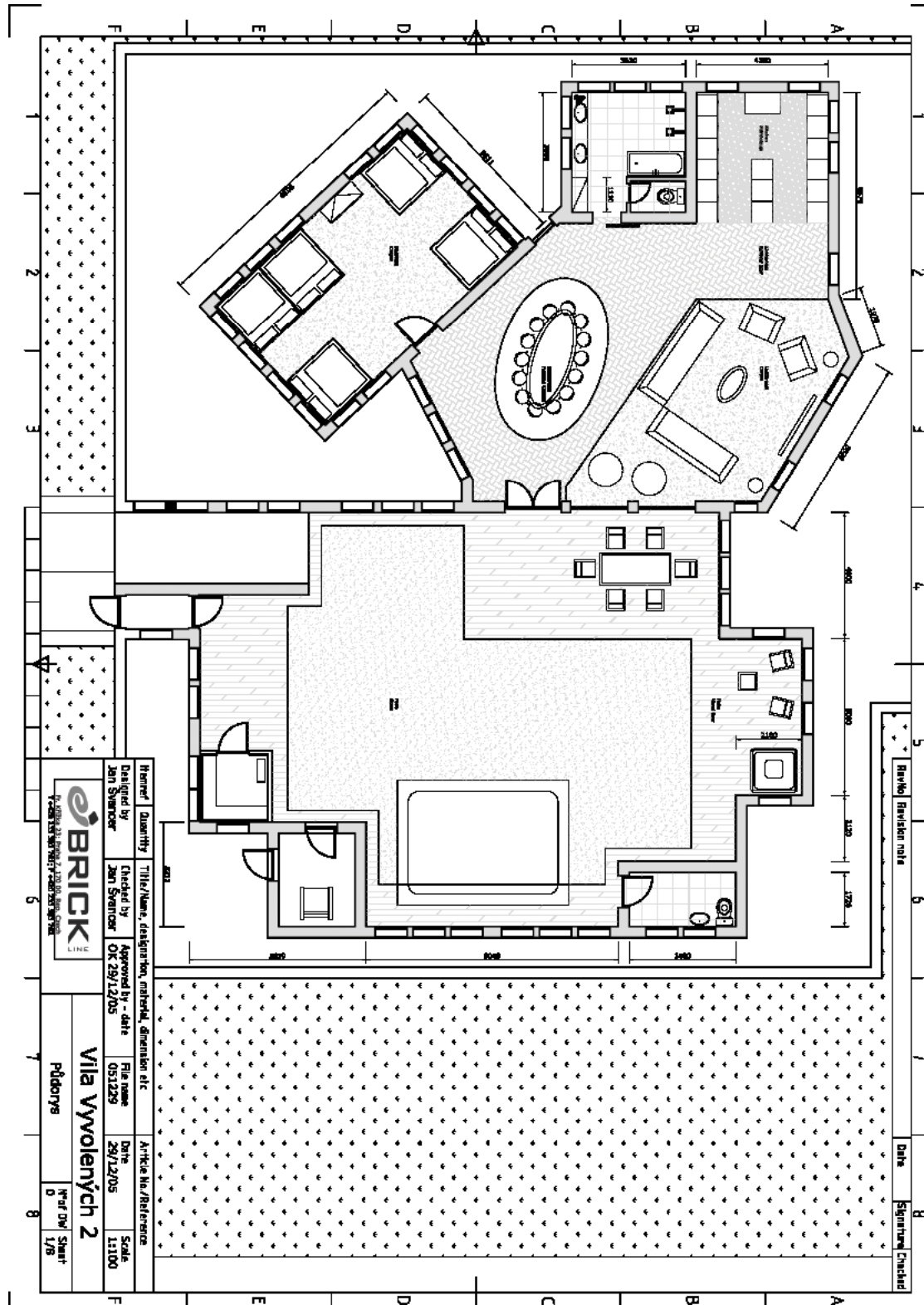
Fotka z upoutávky na The Simple life

Příloha 9

QuickTime™ and a
TIFF (Uncompressed) decompressor
are needed to see this picture.

Plán vily VyVolených série 1

Příloha 10



Plán vily Vyvolených série 2

Příloha 11

VV Přesun / Finále	VV Zúčtování	VV Výzva	VV Duel	
BB Kick Off / SuperFinále	BB Nominace		BB Rozhodnutí	
Den	VyVoleni	Big Brother	VV LNS	BB Bez cenzury
ne 18.12.2005	x	2 383 000	x	x
so 17.12.2005	?	x	x	x
st 14.12.2005	x	1 177 000	x	?
ne 11.12.2005	2 207 000	700 000	?	x
so 10.12.2005	?	x	?	?
pá 09.12.2005	?	?	?	?
čt 08.12.2005	1 660 000	?	?	?
st 07.12.2005	1 309 000	998 000	?	?
út 06.12.2005	1 389 000	?	?	?
po 05.12.2005	1 169 000	?	x	?
ne 04.12.2005	1 043 000	1 210 000	?	x
so 03.12.2005	954 000	x	?	?
pá 02.12.2005	1 497 000	?	?	?
čt 01.12.2005	1 461 000	?	?	?
st 30.11.2005	1 129 000	987 000	?	?
út 29.11.2005	1 527 000	?	?	?
po 28.11.2005	1 240 000	?	x	?
ne 27.11.2005	1 359 000	1 213 000	?	x
so 26.11.2005	1 472 000	x	?	?
pá 25.11.2005	1 149 000	?	?	?
čt 24.11.2005	1 418 000	?	?	?
st 23.11.2005	1 393 000	1 054 000	?	?
út 22.11.2005	1 501 000	?	?	?
po 21.11.2005	1 980 000	?	x	?
ne 20.11.2005	1 992 000	1 203 000	?	x
so 19.11.2005	1 831 000	x	?	?
pá 18.11.2005	1 191 000	?	?	?
čt 17.11.2005	1 639 000	?	?	?
st 16.11.2005	1 024 000	934 000	?	?
út 15.11.2005	1 517 000	?	?	?
po 14.11.2005	1 330 000	?	x	?
ne 13.11.2005	1 506 000	1 371 000	?	x
so 12.11.2005	1 474 000	x	?	?
pá 11.11.2005	1 245 000	?	?	?
čt 10.11.2005	1 538 000	?	?	?
st 09.11.2005	1 384 000	1 093 000	?	?
út 08.11.2005	1 515 000	?	?	?
po 07.11.2005	1 221 000	?	x	?
ne 06.11.2005	1 206 000	1 303 000	?	x
so 05.11.2005	1 608 000	x	?	?
pá 04.11.2005	1 153 000	?	?	?
čt 03.11.2005	1 507 000	?	?	?
st 02.11.2005	1 249 000	1 085 000	?	?
út 01.11.2005	1 554 000	?	?	?
po 31.10.2005	1 228 000	?	x	?
ne 30.10.2005	1 478 000	1 500 000	?	x
so 29.10.2005	1 699 000	x	?	?
pá 28.10.2005	1 229 000	?	?	?
VV Přesun / Finále	VV Zúčtování	VV Výzva	VV Duel	VV Přesun / Finále
BB Kick Off / SuperFinále	BB Nominace		BB Rozhodnutí	BB Kick Off / SuperFinále

Den	VyVoleni	Big Brother	VV LNS	Den
čet 27.10.2005	1 666 000	?	?	?
st 26.10.2005	1 182 000	1 069 000	?	?
út 25.10.2005	1 705 000	?	?	?
po 24.10.2005	1 243 000	?	x	?
ne 23.10.2005	1 521 000	1 303 000	?	?
so 22.10.2005	1 644 000	x	?	231 000
pá 21.10.2005	1 207 000	?	?	472 000
čet 20.10.2005	1 700 000	718 000	286 000	351 000
st 19.10.2005	1 131 000	1 157 000	251 000	157 000
út 18.10.2005	1 423 000	766 000	434 000	x
po 17.10.2005	1 329 000	883 000	x	432 000
ne 16.10.2005	1 811 000	1 343 000	487 000	642 000
so 15.10.2005	1 489 000	x	456 000	?
pá 14.10.2005	1 161 000	693 000	701 000	?
čet 13.10.2005	x	?	?	?
st 12.10.2005	1 399 000	1 102 000	?	?
út 11.10.2005	1 703 000	?	?	?
po 10.10.2005	1 348 000	?	?	x
ne 09.10.2005	1 636 000	1 290 000	?	?
so 08.10.2005	1 500 000	793 000	?	?
pá 07.10.2005	1 393 000	?	752 000	?
čet 06.10.2005	1 765 000	?	?	?
st 05.10.2005	1 253 000	1 117 000	?	?
út 04.10.2005	1 801 000	?	?	?
po 03.10.2005	1 517 000	?	?	x
ne 02.10.2005	1 939 000	1 344 000	778 000	?
so 01.10.2005	1 365 000	x	?	?
pá 30.9.2005	1 338 000	?	?	?
čet 29.9.2005	1 581 000	?	?	?
st 28.9.2005	1 158 000	1 328 000	?	?
út 27.9.2005	1 374 000	?	?	?
po 26.9.2005	1 466 000	?	?	?
ne 25.9.2005	877 000	1 685 000	?	?
so 24.9.2005	1 506 000	x	?	?
pá 23.9.2005	1 224 000	555 000	?	?
čet 22.9.2005	1 928 000	600 000	?	?
st 21.9.2005	1 397 000	963 000	?	?
út 20.9.2005	1 766 000	748 000	?	?
po 19.9.2005	1 413 000	669 000	?	?
ne 18.9.2005	1 738 000	1 000 000	?	?
so 17.9.2005	1 733 000	x	?	?
pá 16.9.2005	1 320 000	542 000	?	?
čet 15.9.2005	1 731 000	547 000	?	?
st 14.9.2005	1 492 000	1 065 000	?	?
út 13.9.2005	1 753 000	648 000	?	?
po 12.9.2005	1 537 000	898 000	?	?
ne 11.9.2005	1 558 000	1 397 000	712 000	?
so 10.9.2005	1 661 000	x	?	?
pá 9.9.2005	1 120 000	684 000	?	?
čet 8.9.2005	1 896 000	659 000	?	?
st 7.9.2005	1 502 000	1 008 000	?	?
VV Přesun / Finále	VV Zúčtování	VV Výzva	VV Duel	VV Přesun / Finále
BB Kick Off / SuperFinále	BB Nominace		BB Rozhodnutí	BB Kick Off / SuperFinále
Den	VyVoleni	Big Brother	VV LNS	Den
út 6.9.2005	1 884 000	814 000	?	?

po 5.9.2005	1 647 000	1 095 000	384 000	?
ne 4.9.2005	1 604 000	1 430 000	741 000	?
so 3.9.2005	1 637 000	1 193 000	?	?
pá 2.9.2005	1 353 000	837 000	?	?
čt 1.9.2005	1 781 000	1 193 000	?	?
st 31.8.2005	1 437 000	1 195 000	?	?
út 30.8.2005	1 764 000	1 417 000	?	x
po 29. 8. 2005	1 331 000	1 143 000	?	x
ne 28. 8. 2005	1 341 000	2 016 000	1 371 000	x
so 27. 8. 2005	1 083 000	x	x	x
pá 26. 8. 2005	1 250 000	x	x	x
čt 25. 8. 2005	1 380 000	x	x	x
st 24. 8. 2005	1 304 000	x	x	x
út 23. 8. 2005	1 415 000	x	x	x
po 22. 8. 2005	1 192 000	x	x	x
ne 21. 8. 2005	1 124 000	x	x	x
so 20. 8. 2005	930 000	x	x	x
pá 19. 8. 2005	609 000	x	x	x
čt 18. 8. 2005	697 000	x	x	x
st 17. 8. 2005	810 000	x	x	x
út 16. 8. 2005	1 086 000	x	x	x
po 15. 8. 2005	879 000	x	x	x
ne 14. 8. 2005	1 155 000	x	x	x

x – pořad se v daný den nevysílal

Sledovanost: VyVolení vs Big Brother

Příloha 13

DIPLOMOVÁ PRÁCE:
FENOMÉN REALITY SHOW Z HLEDISKA PEDAGOGICKÉHO
DOTAZNÍK PRO ŽÁKY A STUDENTY

POHLAVÍ: _____

VĚK: _____

1. Sledovali jste reality show (např. VyVolení, Big Brother)?

a) pravidelně (denně) b) občas (1x – 3x týdně) c) vůbec ne

2. Sledujete reality show v současnosti?

a) pravidelně (denně) b) občas (1x – 3x týdně) c) vůbec ne

3. Uveďte jméno vítěze první série reality show VyVolení.

4. Uveďte jméno vítěze první série reality show Big Brother.

**5. Na reality show mě zaujalo:
(můžete zvolit více možností)**

a) soutěžící b) erotické scény c) chování soutěžících (hádky apod.)

d) moderátoři e) vulgarismy f) nic

g) _____ (doplňte dle vlastního uvážení)

**6. Chtěli byste se někdy zúčastnit takového typu reality show
(např. VyVolení, Big Brother)?**

a) ano b) ne c) nevím

7. V případě že ano, z jakého důvodu?

a) život ve vile b) výhra

c) sláva d) nic ze zmíněného, ale _____

Příloha 14

DIPLOMOVÁ PRÁCE:
FENOMÉN REALITY SHOW Z HLEDISKA PEDAGOGICKÉHO
DOTAZNÍK PRO RODIČE

POHLAVÍ: _____

VĚK: _____

VĚK DÍTĚTE/DĚTÍ: _____

1. Sledovali jste reality show (např. VyVolení, Big Brother)?

- a) pravidelně (denně) b) občas (1x – 3x týdně) c) vůbec ne

2. Sledujete reality show v současnosti?

- a) pravidelně (denně) b) občas (1x – 3x týdně) c) vůbec ne

3. Pokud sledujete reality show, díváte se většinou se svými dětmi

- a) společně b) odděleně

4. Uveďte jméno vítěze první série reality show VyVolení.

5. Uveďte jméno vítěze první série reality show Big Brother.

**6. Na reality show mě zaujalo:
(můžete zvolit více možností)**

- a) soutěžící b) erotické scény c) chování soutěžících (hádky apod.)
d) moderátoři e) vulgarismy f) nic
g) _____ (doplňte dle vlastního uvážení)

7. Hovořili jste o reality show s dětmi?

- a) ano b) ne

8. Pokud ano, o kterých tématech?

- a) vulgarismy b) erotické scény c) chování soutěžících
d) komu fandím (kdo je mi sympatický atd.)

9. Zakazovali jste dětem sledovat reality show?

- a) ano b) ne

**10. Která věková skupina podle vás nejvíce sleduje reality show?
(Uveďte jednu kategorii.)**

- a) 6 - 12 b) 13 - 16 c) 17-20 d) 21-30 e) 31-40
f) 41-60 g) 61 a výše

11. Domníváte se, že reality show mohou negativně ovlivnit morální vývoj dětí?

- a) ano b) ne c) nevím

12. Domníváte se, že pořady typu reality show patří do programové nabídky televize?

- a) ano b) ne c) nevím

V případě, že jste odpověděli ano nebo ne, uveďte důvody:

Děkuji za vyplnění dotazníku.
Alžběta Kábelová, autorka dotazníku

Použitá literatura

- ALLEN, R., HILL A. *The Television Studies Reader*. London: Routledge, 2004. ISBN: 0-415-28323-X.
- BLAŽEK, B. *Tváří v tvář obrazovce*. Praha: SLON, 1995. ISBN 80-85850-11-7.
- BOGART, L. *Commercial Culture: The Media System and the Public Interest*. New York: Oxford University Press, 1995. ISBN 0-19-509098-5.
- BOURDIEU, P. *O televizi*. Brno: DOPLNĚK, 2002. ISBN 80-7239-122-4.
- BUCHANAN, I. Enjoying `Reality TV`. *Australian Humanities Review* [online]. 2001, issue June. Dostupné z: <<http://www.lib.latrobe.edu.au/AHR/archive/Issue-June-2001/buchanan3.html>>.
- CÍSAŘOVSKÁ, P. *Reality show po česku*. [online]. [cit. 2006-06-14]. Dostupné z: <<http://www.portal.cz/scripts/detail.php?id=4616>>.
- DOSTÁL, L. *Dítě a televize*. [online]. Poslední revize 29.9.2003 [cit. 2006-08-20]. Dostupné z: <<http://www.rodina.cz/clanek3397.htm>>.
- HAASOVÁ, I. *Ostatní děti směji všechno*. Praha: Portál, 1991. ISBN 80-85282-10-0.
- HITCHCOCK A. *Rozhovory Hitchcock – Truffaut*. Praha: Čs. film. ústav, 1987.
- HOLMES, S., JERMYN D. *Understanding Reality Television*. London: Routledge, 2004. ISBN: 0-415-31795-9.
- JAGODOZINKI, J. The Perversity of (Real)ity TV: A Symptom of Our Times. *Journal for the Psychoanalysis of Culture & Society* [online], 2003, Vol. 8., Issue 2. Dostupné z: <<http://www.questia.com/PM.qst?a=o&d=5002024436>>.
- JIRÁK, J. A KÖPPLOVÁ, B. *Média a společnost*. Praha: Portál, 2003. ISBN 80-7178-697-7.
- Katka*. 27. 9. - 3. 10. 2005, 11. ročník, číslo 40/2005. Praha: Burda Praha, 2005. 1x týdně.
- KLIMEŠ, J. *Posouzení nebezpečnosti reality show (VV, BB) pro děti do 15 let - stručné vyjádření – (1. část)*. [online]. [cit. 2006-06-10]. Dostupné z: <http://web.quick.cz/jeronym.klimes/psychologie/1reality_show_jeronym_klimes.pdf>.
- KLIMEŠ, J. *Posouzení nebezpečnosti reality show (VV, BB) pro děti do 15 let - 1. posuzované období – (2. část)*. [online]. [cit. 2006-06-10]. Dostupné z: <http://web.quick.cz/jeronym.klimes/psychologie/2reality_show_jeronym_klimes.pdf>.

KLIMEŠ, J. *Posouzení nebezpečnosti reality show (VV, BB) pro děti do patnácti let a změn mezi prvním a druhým posuzovaným obdobím (3. část)*. [online]. [cit. 2006-06-10]. Dostupné z: <http://web.quick.cz/jeronym.klimes/psychologie/3reality_show_jeronym_klimes.pdf>.

KLIMEŠ, J. *Posouzení nebezpečnosti reality show Vyvolení vysílané 22. 9. 2005 pro děti do patnácti let – dodatek k druhé části – (4. část)*. [online]. [cit. 2006-06-10]. Dostupné z: <http://web.quick.cz/jeronym.klimes/psychologie/4reality_show_jeronym_klimes.pdf>.

KLIMEŠ, M. Re: *prosba o vyplnění dotazníku do diplomové práce* [elektronická pošta]. Message to: Alžběta Kábelová. 29.6.2006 [cit.2006-06-29]. Osobní komunikace.

KOL. AUTORŮ. *Média a moc*. Praha: Votobia, 2000. ISBN 80-7220-085-2.

KOL. AUTORŮ. *Média a realita 04*. Brno: Masarykova univerzita, 2003. ISBN 80-210-3308-8.

KRAMULOVÁ, D. *Vyvolení velcí bratři a jejich malí obdivovatelé*. [online]. [cit. 2006-06-12]. Dostupné z: <<http://www.portal.cz/scripts/detail.php?id=8731>>.

KRAUS, B., POLÁČKOVÁ, V. et al. *Člověk, prostředí, výchova*. Brno: Paido, 2001. ISBN 80-7315-004-2.

KROUPA, M. *Češi prosedí u televize stejně času jako ostatní Evropané*. [online]. Poslední revize 30.10.2004 [cit. 2006-05-12]. Dostupné z: <http://www.bbc.co.uk/czech/domesticnews/story/2004/10/041029_czechs_tv_pckg.shtml>.

LANIADO, N. *Jak odmalička rozvíjet inteligenci dětí*. Praha: Portál, 2004. □ISBN 80-7178-870-8.

MALÍKOVÁ, J. *Výsledky Prima TV v minulém týdnu*. [online]. [cit. 2006-05-18]. Dostupné z: <<http://www.iprima.cz/primatv/?4683e=9706&666e=957&961e=4681>>.

MANDER, J. *Čtyři důvody pro zrušení televize*. Brno: Doplněk, 2000. ISBN 80-7239-063-5.

MAREK, J. *České děti kouří nejvíc v Evropě*. [online]. Poslední revize 3.10.2002 [cit. 2006-05-17]. Dostupné z: <<http://www.radio.cz/cz/clanek/32993>>.

McLUHAN, M. *Člověk, média a elektronická kultura*. Brno: Jota, 2000. ISBN 80-7217-128-6.

McQUAIL, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 2002. ISBN 80-7178-714-0.

NOVÁKOVÁ, M. Re: *Prosba o vyplnění dotazníku do diplomové práce* [elektronická pošta]. Message to: Alžběta Kábelová. 27.6.2006 [cit. 2006-06-27]. Osobní komunikace.

PÁVKOVÁ, J., HÁJEK, B., HOFBAUER, B., HRDLIČKOVÁ, V., PAVLÍKOVÁ, A. *Pedagogika volného času*. Praha: Portál, 2002. ISBN 80-7178-711-6.

PETRUSEK, M. Re: *reality* [elektronická pošta]. Message to: Alžběta Kábelová. 26.6.2006 [cit. 2006-06-26]. Osobní komunikace.

RAMONET, I. *Tyranie médií*. Praha: Mladá fronta, 2003. ISBN 80-204-1037-6.

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

ŘÍČAN, P., PITHARTOVÁ, D. *Krotíme obrazovku*. Praha: Portál, 1995. ISBN 80-7178-084-7.

SAK, P. *Proměny české mládeže*. Praha: Petrklíč, 2000. ISBN80-7229-042-8.

SEI, K. *Konečná krajina*. Praha: One Woman Press, 2004. ISBN 80-86356-28-0.

SKALKOVÁ, J. *Pedagogika a výzvy nové doby*. Brno: Paido, 2004. ISBN 80-7315-060-3.

SMETANA, M. *Televizní seriál a jeho paradoxy*. Praha: ISV nakladatelství, 2000. ISBN 80-85866-60-9.

SVOBODOVÁ, H.; BALÍN, V. *V realitě reality show*. [online]. [cit. 2006-06-12]. Dostupné z: <<http://www.blisty.cz/art/27654.html>>.

TAXOVÁ, J. *Pedagogicko psychologické zvláštnosti dospívání*. Praha: SPN, 1987.

[online]. Poslední revize 12.8.2005 [cit. 2006-05-14]. Dostupné z: <<http://bleskove.centrum.cz/reality-show/clanek.phtml?id=12122>>.

[online]. Poslední revize 28.7.2004 [cit. 2006-05-12]. Dostupné z: <http://www.bbc.co.uk/czech/worldnews/story/2004/07/040728_eu_freetime.shtml>.

[online]. [cit. 2006-05-10]. Dostupné z: <<http://ifmbe-news.iee.org/ifmbe-news/jan2005/zworykin.html>>.

[online]. [cit. 2006-04-13]. Dostupné z: <<http://www.iprima.cz/primatv/?666e=1708>>.

[online]. [cit. 2006-06-8]. Dostupné z: <<http://www.nova.cz/sledovanost/tydenni.html>>.

[online]. Poslední revize 8.10.2004 [cit. 2006-05-21]. Dostupné z: <http://www.nova.cz/tiskove_zpravy/index.html?i=419&y=2004>.

[online]. Poslední revize 22.12.2003 [cit. 2006-05-25]. Dostupné z: <<http://www.novinky.cz/02/23/24.html>>.

[online]. [cit. 2006-06-12]. Dostupné z: <<http://www.penize.czech-tv.cz/program/detail.php?idp=10096939672&day=1162854000&time=21:05&ch=1&deid=1073>>.

[online]. [cit. 2006-04-25]. Dostupné z: <<http://www.radioakropolis.cz/72hodin/>>.